



AİLE ÇALIŞTAYI

AİLE VE SOSYAL MEDYA

22.03.2017 - KÖLN



ILM



AİLE ÇALIŞTAYI

AİLE VE SOSYAL MEDYA

22.03.2017 - KÖLN

Çalıştay Sorumlusu: Dr. Abdulhalim İnam

INTERNATIONAL LEAGUE
OF ACADEMICIANS |  ILM

ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği
Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln
T +49 221 942240-600 | F +49 221 942240-201
www.ilm-academicsians.org | info@ilm-academicsians.org

© ILM - Uluslararası Akademisyenler Birliği
1. Baskı, Köln, Haziran 2020

Tüm hakları saklıdır. ILM - Uluslararası Akademisyenler Birli-
ęi'nin yazılı izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz,
çoğaltılamaz ve elektronik ortama taşınamaz.

Tasarım | Dizgi | Baskı
PLURAL Publications GmbH | www.pluralverlag.eu

İÇİNDEKİLER

Çalıştayın Takdimi Habip Yazıcı	05
Hayatımızın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya Dr. Abdulhalim İnam	07
Çalıştay Grubu Raporu 1	19
Sosyal Medyanın Aile Bireyleri Üzerine Etkileri Meryem Bayrak	23
Çalıştay Grubu Raporu 2	31
İnternet Bağımlılığı ve Önleyici Yöntemler Prof. Dr. Kadir Canatan	35
Çalıştay Grubu Raporu 3	43
İnternet Hukuku ve Kişilik Haklarının Korunması Hilal Eren	47
Çalıştay Grubu Raporu 4	65
Sonuç	69

Çalıştayın Takdimi

Habip Yazıcı M.A.

(Moderatör - IGMG Eğitim Başkanlığı Materyal Müfredat & İnsan Kaynakları Alan Sorumlusu)

Sizleri saygı ile selamlıyorum. Allah'ın selamı, rahmeti ve bereketi üzerimize olsun. Allah'a hamd ve Resulü'ne salat ve selam olsun.

ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği olarak çalışma alanlarımızın kamuoyu ve kitlemiz tarafından daha yakından takip edilmesini sağlamak, ortaya çıkan veya var olduğu hâlde yeterince üzerinde tartışılmamış konuları gündeme getirip konular hakkında farklı görüşleri tartıştırmak amacı ile çalıştaylar tertip etmek yönünde bir karar aldık. Bu kararın ilk meyvesini de bugün değerli tebliğcilerimiz ve siz kıymetli katılımcıların katkıları ile almış olacağız. Bu çalışmayı Eğitim Başkanlığının diğer alanlarında da sürdüreceğiz.

Günümüz dünyası derken bile dünyanın değişmekte olduğu bir “hız” çağında yaşıyoruz. Bu çağın kendine özgü bir karakteri var. Bunlardan biri de medya alanına eklemelenen ve daha öncesinde olmayan “sosyal medya” fenomeni. Sosyal medya yazılı ve görsel medyanın tahtını çok hızlı ve etkili şekilde sarstı. Ama kanaatimce, işin daha da önemli olan boyutu, sosyal medyanın ikili ilişkilerden toplumsal ilişkilerimize kadar tüm iletişim ilişkilerimizi ve alışkanlıklarımızı radikal bir şekilde değiştirmesi. Artık “sanal” diyerek nitelediğimiz bir dünyamız var ve popülerliğimiz bu dünyada inşa ettiğimiz psödo-kimliğimize bağlı.

Burada bulunan tebliğcilerimiz konunun farklı yönlerini gündemimize taşıyacak ve bize farkındalık kazandıracaklar. Biz de fikirlerimizle ve tecrübelerimizle konuya katkı sağlayacağız. Umarım bunların neticesinde “Sosyal Medya ve Aile” konusuna mütevazı bir katkı sağlamış oluruz.

şimdi alıştay gündemini sizlere takdim edeceğim. Ar-dından da tebliğcilerimiz tebliğlerini sunacaklar. Sonrasında “alışma Grupları” bir araya gelip atölye çalışması ortamında konularını tartışacaklar. Tekrar bir araya geldiğimizde “Grup Sözcüleri” yaptıkları çalışmaları kısaca bizimle paylaşacaklar. Bu alışmalar daha sonra “kitapçıklar” hâlinde hazırlanıp kamuoyunun hizmetine ve takdirine sunulacaktır.

Ben Eğitim Başkanımıza, tebliğcilerimize, siz katılımcı ve misafirlerimize bu çalışmanın gerçekleştirilmesindeki katkı-larınız ve burada bizimle olduğunuz için teşekkür ediyorum. Bu çalışmanın hayırlara vesile olmasını niyaz ediyorum. Sizleri tekrar saygı ve hürmetle selamlıyorum.

Hayatımızın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya

Dr. Abdulhalim İnam

(ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği Başkanı)

Medyanın Tanımı

Medya, kitleleri en çok etkileyen iletişim aracıdır. Gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarına medya denir. Medyanın sahip olduğu temel özellikler şunlardır:

- Medya öncelikle halkın haber alma hakkını sağlamakla yükümlüdür.
- Tek yönlü iletişim aracıdır, mesaj üretir, dağıtır ve iletir.
- “Hâkim İdeoloji” teorisinde belirtildiği gibi algıyı oluşturur ve yönetir.
- Çok boyutlu ve işlevli araçlara sahiptir.

Yazılı, işitsel ve görsel basına sosyal ağların da katılmasıyla medya, yeni bir tanım içerisine girmeye başlamıştır. İnternet ve sosyal ağların geleneksel medyanın içerisinde yer almasıyla interaktif etkileşimin arttığı, iletişimin kolaylaştığı ve coğrafi anlamda uzaklık algısının kökten değişimlere uğradığı yeni bir medya kavramı böylelikle ortaya çıkmıştır. Yeni medyanın içerisinde yer alan ortamlar ise internet tabanlı başlıca mobil ve web platformlar, virtual reality uygulamalar, podcastlar ve interaktif içeriklerdir (ses, video). İnternet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır.¹ İnternet, toplumsal ve teknolojik alanda her türlü değişikliklerden etkilenecek bu değişime kendisini kısa sürede uydurabilen ve önemli olanaklar sunabilen bir iletişim aracıdır.

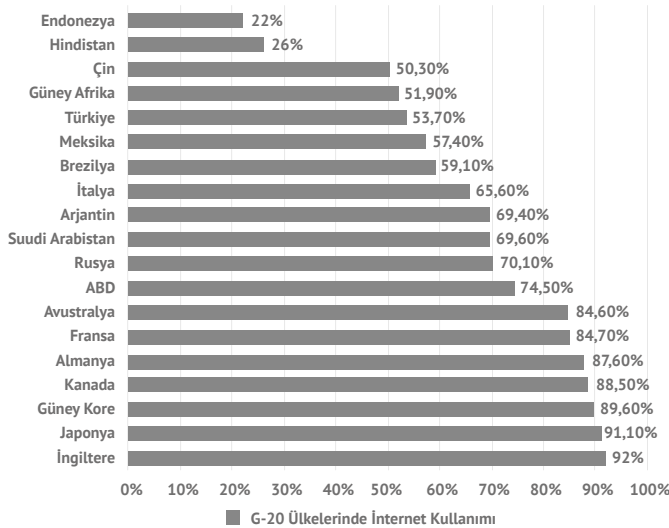
1 Vural, 2006, s. 190.

Yeni Medya - Sosyal Medya

Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube ve benzeri sosyal ağlar, bloglar, sosyal imleme siteleri, video ve fotoğraf paylaşım siteleri ve açık forumlar gibi (internet tabanlı) kullanıcıların içerik ve bilgi paylaşmasını sağlayan platformlar sosyal medya olarak adlandırılmaktadır.

Özgünlüğü ve en önemli farklılığı, herhangi bir kişinin sosyal medyanın içeriğini oluşturabilmesi, yorumda bulunabilmesi ve katkı sağlayabilmesidir. Sosyal medya günümüzde boş vaktimizi değerlendirdiğimiz, eğlendiğimiz, sohbet ettiğimiz, bilgi alışverişinde bulunduğumuz, bilgiye erişip gündemi takip ettiğimiz başlıca araç hâline gelmiştir.

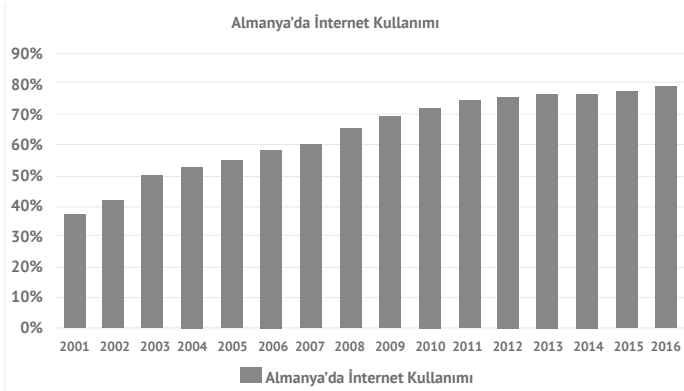
Grafik 1: G-20 Ülkelerinde İnternet Kullanımı²



2 ITU, Statista 2015.

İnternet kullanımı gün geçtikçe artış göstermektedir. G-20 ülkelerinin 19'unun internet kullanımı araştırılmıştır (bkz. Grafik 1). Bu istatistikte, gelişmiş ülkelerin internet kullanımının yüksek olduğu görülmektedir. Bir ülkenin teknik gelişim seviyesi ile eş tutulan bu değerlere göre, teknik olarak gelişimi yavaş olan ülkelerin internet kullanımının da diğer ülkelere nazaran daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla internetin üretildiği ve geliştirildiği ülkelerde internet kullanım oranı da oldukça yüksektir.

Grafik 2: Almanya'da 2001-2016 Yılları Arasında İnternet Kullanımı³

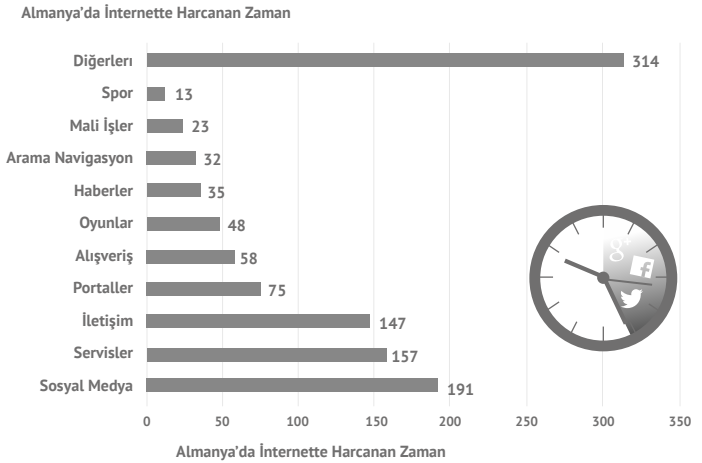


Almanya'da internet kullanımını detaylı olarak mercek altına aldığımızda 2001-2016 yılları arasında internet kullanımının artış gösterdiği görülmektedir. İnternetin gelişimi ile birlikte kullanımı da Almanya'da sürekli artış göstermiştir. Bu sayılara göre Almanya'da 2003 yılında her iki kişiden

³ Initiative D21, Statista 2017.

biri internet kullanmıştır. 2003 yılı itibarıyla artış gösteren bu sayılar, 2016 yılında Almanya nüfusunun neredeyse %80'ine ulaşmıştır.

Grafik 3: Almanya’da İnternette Harcanan Zaman (milyon saat)⁴



Bu kadar yoğun kullanılan internetin hangi alanında ne kadar zaman harcadığını bu grafikte görmekteyiz. İnternetin 191 milyon saat ile ağırlıklı olarak sosyal medya platformları için kullanıldığı çok açık ortadadır. Bunu ise 157 milyon ve 147 milyon saat ile servis ve iletişim platformları takip etmektedir.

Sosyal medya platformlarının, insan hayatının içine girmeyi ve hayatın bir parçası olmayı başardığı bu grafikten anlaşılmaktadır. Günümüzde seyahat edenlerin sosyal medyada konum bildirme işlemlerini tatillerinde dahi yaptıkları bir

4 comScore, Statista 2013.

gerçektir. Buna göre sosyal medya tatilimizin ve ailemizin bir parçası hâline gelmiş durumdadır.

Grafikte görüldüğü gibi Almanya’da yaşayanlar zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medyada geçirmektedir. Zira sosyal medya iletişim, paylaşım, haberleşme, haber okuma hatta oyun oynama imkânını dahi aynı zamanda sunmaktadır. Bu nedenle sosyal medyada harcanan zaman oldukça yüksektir.

İnternet kullanım amacının sadece sosyal medya olması an meselesidir. Çünkü bu uygulamalar, bünyesinde her türden oyun ve eğlence unsurlarını barındırarak neredeyse bireyin bir nevi ihtiyacına hitap etmekte, yani bireyi doyurmaktadır. Sosyal medya, yeni insanlarla tanışma, yeni sosyal çevreler edinme gibi artıları olduğu için özellikle tercih edilmektedir. Bu kadar hayatımızın içinde olan (sosyal) medya maalesef her zaman doğruları olduğu veyahut olması gerektiği gibi yansıtmamaktadır. Aksine doğruları çarpıtma ve değiştirme özelliği bir hayli fazladır. Algıyı yöneterek kitleleri inandırma özelliği de çok yüksektir. Buna ise “medya manipülasyonu” denmektedir.

Medya Manipülasyonu

Medya manipülasyonu, medyanın gerçekliğin belli boyutlarını vurgulayıp, belli boyutlarını örtbas ederek “yeni bir gerçeklik” oluşturma olayıdır. Bu durum yalan haberdan daha tehlikelidir. Çünkü manipülasyonda gerçeklik kırıntıları bulunduğundan, insan zihni sorgulamadan doğru olmayan bir haberi “doğru” olarak kabul etmektedir. Bu yöntemi günümüz medyası sıklıkla kullanmakta ve kitleleri yanlış yönlendirmektedir.

Bu tespiti mizahi olarak şöyle anlatabiliriz: Ülkenin birinde bir bakan, gazetecilere kendini sevdirememiş. Ne yapsa makbule geçmiyor, basın her gün kendisiyle uğraşıyormuş. Bu durumu düzeltmek için şöyle düşünmüş: “Öyle bir şey yapayım ki,

gazeteciler mat olsun.” Görevlilerine ilan ettirmiş: “Pazar günü saat 10’da bakan denizin üzerinde yürüyerek karşıdan karşıya geçecek.” Bunun üzerine pazar sabahı saat 10’da tüm basın mensupları toplanmışlar.

Bakan gelmiş ve elindeki bastonuyla denizin üzerinde yürümeye başlamış. Hakikaten karşı kıyıya kadar da suda yürümüş. Bunu gören herkesin gözleri dehşetle açılmış.

Fakat ertesi gün tüm gazetelerde şu başlıkla manşetler atılmış: “Bakan yüzmeye bilmiyor!”

Burada görüldüğü gibi medyanın kişiler üzerinde büyük etki ve tesirleri vardır. İnandırıcı özelliği olduğu gibi bağımlılık yapma ve etkisi altına alma gücü mevcuttur. Bu durumu yaşamış olaylarla kanıtlayabiliriz.

Jason Valdez Örneği

36 yaşındaki Jason Valdez Amerikan polislinin yakından tanıdığı bir suçludur. Mahkeme kayıtları Valdez’in daha önceleri de ateşli silah kullanmak, uyuşturucu kullanmak ve çocukların önünde aile içi şiddet olaylarına karıştığını göstermektedir.

Huffington Post’un haberine göre olay günü Valdez, Veronica adındaki bir otel görevlisini rehin alarak SWAT (Özel Silahlar ve Taktikler Birimi) birlikleriyle çatışmaya girdi. Buraya kadar her şey normaldir. Dünyanın hemen her ülkesinde görülebilecek bir vakadır.

Valdez’in polisle 16 saat çatışırken, aynı zamanda da Facebook hesabını güncellemesi ve sosyal medyada sohbet ederek, takipçilerinden polislerin durumlarıyla ilgili bilgiler alması, bazılarını listesine eklemesi bu olayı konumuz için önemli kılmaktadır.

Valdez, SWAT timleriyle çatışırken geçen sürede 6 kere mesajlaşmış, listesine en az bir düzine kişiyi eklemiş ve 100 kadar

yorum almıştır. Akşam 23:23'te bir arkadaşına gönderdiği ilk mesajında, "...Şimdi direniyorum. Kötü bir durum ama her şeye hazırım." dediği görülmektedir. Gece 02:04'te kendisinin ve rehinesinin iki fotoğrafını göndermiştir.

Fotoğrafın altına rehinenin sevimli ve çekici olduğunu yazmıştır. 03:48'de bir arkadaşının, dışarıdaki SWAT polislerinden birinin çalılıkların içinde saklandığını kendisine iletmesi üzerine ona teşekkür etmiştir.

Valdez'in ailesinden ve arkadaşlarından aldığı çok sayıda yorum içinde, desteklerini sunanlar olduğu gibi onu doğru yolu tercih etmesi konusunda uyaran mesajlara da rastlanmıştır. Valdez'in bu inter-medyatik sosyal gösterisi, sabah saatlerinde polisin baskın yapması ve Valdez'in kendisini yaralamaıyla nihayet bulmuştur.⁵

Gamal İbrahim Örneği

Mısırlı Gamal İbrahim, Facebook'u herkesten daha sıcak, hatta bir anlamda yoldaş olarak görmüş olacak ki, yeni doğan kızının adını Facebook koymuştur.⁶

"Like" Örneği

İsrail'de bebeklerine "Like" ismini veren Lior ve Vardit Adler çifti dünyadaki en popüler, en çok kullanılan ikon olan Facebook butonundan da etkilendiğini ama aslında Yahudi geleneğine göre ahuva "sevilen" anlamına gelen bu kelimeden etkilenerek kızlarına bu ilginç ismi verdiklerini söylemiştir.

Ailenin diğer çocuklarının isimleri de oldukça ilginçtir. Yemek yapmayı çok sevdikleri için diğer iki çocuğuna da Pie ve İbranice bal anlamına gelen Dwash ismini veren aile, çocukla-

5 Hazar (2011), *Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması*, <http://ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13206>, S. 152 (erişim tarihi 30.09.2017)

6 a.g.m. (erişim tarihi 30.09.2017)

rının isimlerinin diğer çocuklarla aynı olmasını istemediklerini ve bu nedenle bu isimleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.⁷

Sosyal medyanın kişiler üzerindeki etkisinin boyutunu gösteren bu örnekler aynı zamanda bilinçaltımızın nasıl tutsak hâle getirildiğini de göstermektedir. Bu kadar sıklıkla kullanılan sosyal medyanın bir başka tehlikeli yönü de hiç unutmamasıdır. Paylaşılan hiçbir bilgi ve görsel, daha sonra silinse bile tamamen kaybolmamaktadır. Böylelikle kişinin “dijital ayak izleri” oluşturduğu bir gerçektir. Sosyal medyadaki paylaşımların ve hatta beğenilerin kişinin iş başvurusunun dahi reddedilmesine sebebiyet verebildiği bugün herkesin malumudur.

Bu tehlikeleri göz önünde bulunduran uzmanlar ve eğitimciler, başta internet, televizyon ve radyo olmak üzere tüm medya araçlarının çocuklar üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğuna kanaat getirmişlerdir. Bilhassa okullarda yaygın şiddetin televizyon yayınlarındaki ve internet oyunlarındaki şiddetle bağlantılı olduğu yönünde görüşler ortaya konmuştur. Bunun üzerine Türkiye’de önde gelen kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşların ve üniversitelerin temsil edildiği Şiddeti Önleme Platformu’nda alınan bir tavsiye kararı neticesinde ilköğretim okullarında medya okur-yazarlığı derslerinin okutulması önerilmiştir. Medya okur-yazarlığının seçmeli ders olmaktan ziyade, okumak ve yazmak gibi edinilmesi gereken temel bir beceri olması yönünde kanaate varılmıştır.

Eğlence ve oyun özelinde televizyon, bilgisayar ve internet kullanımında önerilen yaş ve süre kısıtlamalarına dikkat edilmelidir. Çocuklar televizyon karşısında etkiye en açık, en hassas grubu oluşturmaktadır. Çocukların televizyon mesajlarına açık olmalarının getirdiği önemli bir sorun da, gördüklerini “gerçeklik” olarak algılamaları, gerçek yaşamda karşılığını aramaya çalışmaları ve ekranda gördüklerinin birer kurgu olduğunun ayrımını yapamamalarıdır.

⁷ a.g.m. (erişim tarihi 30.09.2017)

Medyanın olayları ve olguları nasıl yansıttığı çocuklara anlatılmalıdır. Bireyler, ilkokul çağından başlayarak eleştirel medya izleyicisi olarak yetiştirilmelidir. Gerçeklik ile medyada sunulan gerçeklik arasındaki fark bireylere ne kadar erken yaşta öğretilirse medyanın bireyler üzerindeki olumsuz etkileri de o derece azalacaktır.

Film endüstrisinin geliştirdiği özdenetim yaş sınırlamaları, akıllı işaretler konusunda ailelerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Yapılan araştırmalar bilgisayar oyunlarının çocuklar ve ergenler üzerindeki etkilerinin çocuk ve ergenlerin kişilik özellikleri ve içinde bulundukları çevresel koşullar ile yakından ilişkili ve etkileşim içinde olduğunu göstermiştir.

Aileler çocuklarının oynadığı bilgisayar/internet oyunlarının içeriğini ve çocuklarının bilgisayar oyununa ayırdığı zamanı denetleyerek bilgisayar oyunlarının çocukları üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir. Ayrıca ebeveynlerin bilgisayar oyunlarını çocukları ile birlikte oynamak için zaman ayırması çocukları ile iletişimlerini artırır.

Sosyal Medyanın Kişiler Üzerinde Olumlu ve Olumsuz Etkileri

- Yeni olmak, farklı olmak, yenilikçi olmak, meraklı olmak daha da artmıştır.
- Fikirler gerçeklerden daha önemli olmaya başlamıştır.
- İletişim jargonunu değiştirmiştir.
- Ebeveyn ve ebeveyn-çocuk ilişkilerini etkilemiştir.
- Eşitlik ve demokrasi kültürünün gelişmesine ve değişmesine katkıda bulunmuştur.
- Toplumun markalarla olan ilişkilerini değiştirmiştir.

- İnsanların özel hayat alanlarını etkilemiştir.
- Zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırmıştır.
- Hayatı kolaylaştırıcı özelliğe sahiptir.
- Taşınabilir olması, gündelik ihtiyaca cevap verebilmesini sağlamıştır.
- Araştırmalarda ve ödevlerde büyük fırsatlar sunmuştur.
- Geniş veri tabanına sahip ve bir “tık” yakınlığında olan bilgilere erişim imkânı sunmuştur.
- Sosyal medya “sosyal olma” ihtiyacını gidermektedir.
- Anlık doyum ve mutluluk hissi yaşatması, sosyal medya kullanımını cazip hâle getirmiştir.

Olumsuz Etkilere Karşı Öneriler

- İnsanların zihinlerinde bilinç oluşturulmalıdır.
- Sosyal medya kullanma metotları geliştirilmelidir.
- Bilişsel zekâya verilen değerin yanında ruhsal ve duygusal zekâya verilen değer artırılmalıdır.
- Zararı hakkında farkındalık oluşturulmalıdır.
- Bilinçli kullanım için çalışmalar yapılmalıdır.

Bilinçli Sosyal Medya Kullanımı İçin Örnek Çalışmalar

IGMG Eğitim Başkanlığı 2012 yılında başlayan Aile Eğitimi çalışmalarıyla sosyal medya kullanımı alanında bilinç oluşturmak için:

- Aile Eğitimi Seminerleri

- Aile Okulu
- Evliliğe Hazırlık Okulu
- Anne Buluşmaları
- Anne-Çocuk Halkaları
- Babam ve Ben Çalışmaları
- Aile Danışmanlık ve Eğitim Merkezleri gibi hem önleyici hem de çözüm üretici çalışmaları sürdürmektedir.

Aile Eğitimi çalışmalarında sosyal medya kullanımı ve aile ile sosyal medya ilişkisi sıklıkla ele alındığı gibi, sosyal medyayı bilinçli ve hedef odaklı kullanma eğitimi verilerek ailelere yardımcı olunmaktadır. Bağımlılık durumunda danışmanlık ve rehberlik hizmetleri sunulmakta ve uzmanlara yönlendirmeler yapılmaktadır. Sosyal medyanın aile ve topluma hâkim olması değil, aile ve toplumun sosyal medyaya hâkim olması için bu çalışmalar yürütülmektedir.

Kaynakça

Aksu, Halil; Çankaya, Mehmet Nuri ve Candan, Uğur, *Her Şey Çıplak Bildiğiniz İnternetin Sonu: Web 3.0*, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. İstanbul 2011.

Dikener, Orhan, *İnternet Reklamcılığında Web Tasarımı*, Aybil Yayıncılık, Konya 2010.

Hazar, Murat (2011) Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması, Web: <http://ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13206> (erişim: 30.09.2017).

Karaçor, Süleyman, *Reklam İletişimi - İnternet ve Gazete Reklamlarının Etkilerine Yönelik Bir Araştırma*, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya 2007.

Scott, David Meerman, *The New Rules of Marketing and PR*, John Wiley and Sons, New Jersey 201.

Solmaz, Başak; Tekin, Gökhan; Herzem, Züleyha; Demir, Muhammed, *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama*, Web: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/177751> (erişim: 30.09.2017).

Çalıştay Grubu Raporu 1: Hayatımızın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya

Çalıştay Grubu Moderatörü: Dr. Abdulhalim İnam
Çalıştay Grubu Asistanları: Meryem Özmen-Yaylak,
Songül Yavuz

Sosyal medyanın kişiler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri:

- Yeni olmak, farklı olmak, inovatif olmak, meraklı olmak daha yaygın bir hâl almıştır.
- Fikirler gerçeklerden daha önemli olmaya başlamıştır.
- İletişim jargonunu değiştirmiştir.
- Ebeveyn ve ebeveyn-çocuk ilişkilerini etkilemiştir.
- Eşitlik ve demokrasi kültürünün gelişmesine ve değişmesine katkıda bulunmuştur.
- Toplumun markalarla olan ilişkilerini değiştirmiştir.
- İnsanların özel hayat alanlarını etkilemiştir.
- Zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırmıştır.
- Hayatı kolaylaştırıcı özelliğe sahiptir.
- Taşınabilir olması, gündelik ihtiyaca cevap verebilmesini sağlamıştır.
- Araştırmalarda ve ödevlerde büyük fırsatlar sunmuştur.
- Geniş veritabanına sahip ve bir “tık” yakınlığında olan bilgilere erişim imkânı sunmuştur.
- Sosyal medyanın “sosyal olma” ihtiyacını gidermektedir.

- Anlık doyum ve mutluluk hissi yaşatması, sosyal medya kullanımını cazip hâle getirmiştir.

Neden sosyal medyada prezantabl olma gereği hissedilmektedir?

- Bilgi çağında bulunduğumuzdan dolayı, sosyal medya belirli insanların prezantabl olarak kabul görme ihtiyacını giderir. Rekabet ortamı oluşturma adına bir ihtiyaç vardır.

- Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlara baktığımızda kendimizden bir şey verdiğimiz zaman anlaşılır olduğumuzu düşünüyoruz. Kendimizi fark ettirme ihtiyacı çok güçlüdür.

- Beğenilme, kabul ve takdir görme, onaylanma hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir.

- Maslow üçgeninde belirtildiği gibi kendini tatmin etme ve kendini gösterebilme ihtiyacı insanın fıtratında vardır.

- Sosyal medya fenomen olabilmek için seri bir araçtır.

- İnsanın toplum içinde fark edilme ve beğenilme güdüsü fıtraten vardır. Bunu ise sosyal yetkinlikler ile sosyal iletişim araçlarıyla gidermektedir.

- Hayal edilen kimliği (siber kimlik) ortaya koymak kolaylaşmıştır. Tasavvur edilen bir dünya içinde insanların kendilerini tanımlamasını sağlamaktadır.

İnsanlar hangi duygularının doyumunu sosyal medyada gerçekleştirmektedirler?

- Gerçek hayatta olduğu gibi sosyal medyada da insanlara örnek olabilme ihtiyacı giderilmektedir.

- İnsan kendisini sosyal medyada istediği gibi sunabilmekte ve bu şekilde algıları kendisi oluşturabilmektedir. Bu ise aynı zamanda aşağılık kompleksini doyurma güdüsü sağlamaktadır.

- Becerileri olan kişilerin prezantabl olarak başkalarının kendisinden istifade edebilmesi ve başka insanlara da ulaşabilme imkânını sağlayan sosyal medyada kişiler tatmin edici etkiye sahip olmaktadırlar. Kabul görme ve kendini ispatlama duygularının doyumu yaşanmaktadır.

- Kişisel tatminsizlikten ve göç psikolojisinden kaynaklanan “Akrabalarım ve dostlarım da görsün.” anlayışı hâkim hâle gelmiştir.

- Sosyal medya fazla kişiye ulaşımı sağlar. Olumlu açıdan kurum ve kişilerin hızlı bir şekilde bilgileri alıcı kitleye ulaştırma imkânı sunar.

- Mutluluk, doyum, ticari kazanç ve toplumda duygusal anlamda karşılık bulmak sosyal medya üzerinden sağlanabilmektedir.

- Yapılan bir işi ticari kazanca dökmek sosyal medya üzerinden daha da kolaylaştığı için üretimden duyulan mutluluk hissini yaşamak adına sosyal medya kullanışlı bir araçtır.

- Kişi merakını gidermekte, insanların neler yaptığını, kendi hakkında neler düşündüğünü ve tespitlerinin karşılık bulup bulmadığını öğrenerek fikir edinebilmektedir.

- “Klavye kabadayılığı” yapma fırsatına sahip olunmaktadır. Gerçek hayatta kişiler beyan edemedikleri fikirleri sosyal medyada açıkça ifade edebilme ve öfke duygusunu açığa vurma fırsatını yakalarlar.

Sosyal medyadan olumlu faydalanmayı en yüksek dereceye nasıl çıkarabiliriz?

- Sosyal medya paylaşımlarının kaliteli hâle gelmesi için eğitimler verilmelidir. Kısa ama özlü videolar, etkili, çekici ve çağa hitap edecek bilgilerin anlaşılır güncel bir ifade ile paylaşılması gerekir.

- Toplumun ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, özel günlerde paylaşımlar yaparak farkındalık oluşturulmalıdır.
- Eğitim verebilecek kaliteli elemanlar yetiştirilmelidir.
- Sosyal medyanın olumsuz etkilerine karşı kamu spotu şeklinde kısa filmler yapılmalıdır.
- Toplum kontrollü bir sosyal medya tüketimi konusunda bilinçlendirilmelidir. İhtiyaçlar tespit edilerek kullanım için belirli vakit ayırma, otokontrolü yitirmeden kontrollü bir sosyal medya tüketimi gereklidir.
- Ailelere sosyal medya kullanımı ve medya okuryazarlığı ile ilgili uygulamalı seminerler verilmelidir.
- İnterneti kullanma adabı adı altında rehber kitapçıklar hazırlanmalıdır.
- Mevcut okullarımız ve temel eğitim için bu anlamda materyal ve müfredat geliştirilmelidir.
- Tehlikeler bilinçli bir şekilde ele alınmalıdır.
- Sosyal medya kullanımı için müfredatlara uygulamalı dersler eklenmelidir.

Sosyal Medyanın Aile Bireyleri Üzerine Etkileri

Meryem Bayrak

(Sosyal Pedagog ve Sistematik Aile Danışmanı)

Sosyal Medya ve Aile

Aile çeşitli sosyal medya deneyimlerinin beşiğidir. Sosyal medya kullanımı değişik şartlara bağlıdır. Özellikle anne ve babaların davranış ve tutumları ile ilgilidir. Çocuk ilk kullanım ve deneyimini ailede yaşar.

Ebeveynlerin medya eğitimi için sorumluluk almaları yeterli değildir; her şeyden önce, toplumsal olarak medya takibi konusunda bilinçlenme ve eğitim gerekmektedir.

Aile, toplum ve medya karşılıklı olarak etkileşim içindedirler. Almanya'da aile yapısı her geçen gün dramatik bir şekilde değişmektedir. Medyanın bunun üzerinde etkisi olduğu kadar yaşam şartları da medya kullanımına etki yapmaktadır.

2015 yılı itibarıyla Almanya'da bulunan 40 milyon 774 bin konutun %41,4'ünde tek kişi, %34,2'sinde iki, %12,1'inde üç, %9'unda dört, %3,2'sinde ise beş ve daha fazla kişi oturmaktadır. Her dört konutun üçünde takriben tek ve iki kişi (%75,6) yaşamaktadır. Tek kişilik hanelerde yalnızlığın getirdiği bir medya kullanımı yoğunluğu görülmektedir.⁸

Kuzey Ren-Vestfalya (KRV) Eyalet Aile Raporu sonucuna göre ailelerin en büyük sorunları, "zaman eksikliği"dir.⁹ Buna rağmen ailelerin önemli bir zamanı, sosyal medya kullanımına

8 www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/HaushalteFamilien.html (erişim: 15.03.2017)

9 www.mfkjks.nrw/sites/default/files/asset/document/familienbericht_langfassung.pdf (erişim: 15.03.2017)

gitmektedir. Zaman kullanımı ve tüketimi hakkında bilinçlenmeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Sosyal hizmet alanında bağımlılık derecesinde sosyal medya kullanımı yüzünden çocuklarını ve güncel yaşamlarını ihmal eden kişiler ile karşı karşıyayız. Bireylerde otokontrol mekanizmalarının gelişimi için eğitime özel yer verilmelidir. Çünkü sosyal medyada zaman ve mekân kavramı kaybolmuştur.

Güncel Aile Yaşamının Dijital Medya Araçları ile Şekillen-dirilmesi

Almanya’da yaşayan ailelerin %95-98’i internet kullanıcı-sıdır. Bir karşılaştırma yapmak gerekirse, Türkiye’deki nüfusun %58’inin internet kullanıcısı olduğunu belirtebiliriz.

Sosyal Medya ile aile kavramı değişmekte ve yeni bir algı oluşmaktadır. Sosyal medya ile oluşan sosyalleşme, gerçek değil sanal bir sosyalleşmedir. Gerçek mekânların yerini sanal mekânlar; gerçek çevrelerin yerini sanal çevreler; gerçek sosyal ilişkilerin yerini sosyal ağlar almakta ve hiç şüphe yok ki bu durum aile kavramı ve algısını etkilemektedir.

Sosyal Medya Aile İçin Ne Anlama Gelir?

Sosyal medya araçları ile “aile tablosunu” yansıtmak (displaying family) aile vitrinleme imkânı sağlamaktadır. “Biz mutluyuz.” şeklinde bir aile tablosu yayınlanmaktadır. Aile, WhatsApp grupları ve Aile Facebook grupları üzerinden iletişim kurulmaktadır. Aylarca görüşülme ve görülme se haberdar olunduğu için eksiklik duyulmamaktadır. Gün içerisinde duygu ve iletişim paylaşımları ile irtibat kurulmakta, fakat yollanan yüz ve mimikler ile gerçek duygular paylaşılamamaktadır.

Sosyal Medya Araçları ile Ailede Günlük Yaşam

- Günlük yaşamda ritmi medya belirlemektedir.
- Günlük yaşamda zamanlayıcı sosyal medyadır.
- Zaman yönetimi ve kullanımı azalmaktadır.
- Televizyon, aileler için en çok kullanılan medya aracıdır.
- Dijital araçlar “elektronik bebek bakıcısı” olarak kullanılmaktadır.
- Dinlenme, oyalanma aracı olarak sosyal medya kullanılmaktadır.
- İş sonrasında çevrimdışı olunamamaktadır.

Tüm bu tespitlerin yanında belirtmek gerekir ki, sosyal medyayı çekincelerinden dolayı kullanmamak; kaza olabilir diye trafiğe çıkmamaya, araç kullanmamaya benzer.

Sosyal Medya, Çocuk ve Genç

Sosyal medyanın ve teknolojinin getirdiği yeniliklere engel olmak mümkün değildir. Ancak çocukların ve gençlerin iyi ve doğru bir sosyal medya takipçisi olmaları için ailelerin çocuklara insanca yaşamayı, paylaşmayı öğretmeleri ve bilinç aşılamaları gerekmektedir.

Çocuk ve gençlerin sosyal medya kullanımı ve etkileri sonucunda sürekli “çevrimiçi nesiller” ortaya çıkmıştır. 13-18 yaş arasındaki çocuk ve gençlerde sosyal medya kullanımı %81’dir.

Sosyal Medyadan Dolayı Çocuk ve Gençler ile Yaşanan Çatışmalar

- Gerçek dünyada yüz yüze gelmemenin doğurduğu ailevi problemler ortaya çıkmaktadır.

- Kontrol - güvenlik fonksiyonu olmamaktadır.
- Sürekli erişilebilirlik duygusu baskı oluşturmaktadır.
- Uyuşmazlık noktaları, çevrimiçi yokluğu/çok geç reaksiyon gösterilmesi gibi durumlar ortaya çıkmaktadır.
- Sosyal kontrol artık güven yerine geçmektedir.

Dijital Eğitimin Gerekliliği

Çocuk kendisi için zararlı olan şeyleri bilirse ve bu konuda eğitilirse, kendi odasında olsa bile yanlış şeyler yapmayacaktır. Anne ve babanın dayatma değil bilinçlendirme odaklı hareket etmesi gerekir. Aileler bu konuda çocuklarına bilgi vermeli ve onları yönlendirmelidir.

Çocuklar interneti genelde oyun ve sosyal medya amaçlı kullanmaktadır. İnternetin bilgiye erişim için çok faydalı bir kaynak olduğu ve bu amaçla kullanılmasının önemi çocuklara kavratılmalıdır. Yüksek eğitilmiş ailelerin çocukları interneti daha çok bilgi edinme amacıyla kullanırken, daha alt toplumsal katmanların çocuk ve gençleri interneti tüketim bağlamında kullanmaktadır. Bunun ciddi bir sorun olduğunu vurgulayan Kuzey Ren-Vestfalya Aile Bakanı Christina Kampmann, bakanlık olarak bu konularda muhtelif projelerle sorunun üzerine gideceklerini belirtmiştir.¹⁰

Yeni medya araçları, aileleri bir araya getirerek, günlük yaşamın organizasyonunu kolaylaştırmak amacı da taşımaktadır. Diğer yandan yaşa uygun dijital medya kullanımı söz konusu olduğunda veliler çeşitli sebeplerle endişe duymaktadır. Bu nedenle onlara destek sunmak önemlidir.

10 www.mfkjks.nrw/media/galerie/fachtagung-familienbildung-digital-medien-als-mitgestalter-des-familienalltags (erişim: 15.03.2017)

Sosyal Medya ile Baş Etme Yollarının Oluşturulması

Vazgeçilmez olan aslında sosyal medya değil, sosyal medyanın sağladığı imkânlardır. İnternet kullanımında ergenlere/çocuklara rol model olduğumuzu unutmamız gerekir. Onlara iyi örnek olmalıyız. Ergenler ve çocuklar ile aynı lisanı konuşmalı ve biz de sistemin bir parçası olmalıyız. Kontrol mekanizmalarını (otokontrol, ebeveyn kontrolü, sosyal kontrol vs.) doğru ve etkin kullanmalıyız.

Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya

Kullanıcılar, sosyal medyada hem takip eden hem de takip edilen durumuna düşmekte ve mahremiyet çoğu zaman zedelenmektedir. Instagram gibi sosyal medya araçları üzerinden aile hayatına dair bilgi ve fotoğraflar paylaşıldıkça, evlilik müessesesi üzerinden prim yapılmakta, bunun yanı sıra aile bağlamındaki mahremiyet kavramının bozulması söz konusu olmaktadır.

Özel Alan ve Hayat

Özel hayatın “röntgenlenmesi” artık sıradan ve kabul edilebilir bir hâl almıştır. Bugün “Niye fotoğrafımı koymuyorsun?” diye kavga eden eşler ile karşılaşmaktayız. Sevgi ifade etme platformu olarak sosyal medya araçlarının kullanıldığına şahit oluyoruz.

İnsanlar, kendi hayatına yoğunlaşmaktansa, başkalarının hesabını karıştırarak saatlerini geçirmektedir. Ayrıca başkalarının fotoğraflarına bakıp kendini mutsuz eden insanlar çoğalmaktadır. Danimarka’da Kopenhag Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmaya göre, Facebook insanları mutsuz etmekte ve kıskançlığı derinleştirmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Küreselleşen dünyada internet ve sosyal medya hızla artan yaygın bir iletişim ve paylaşım aracıdır. Hayatımızda önemli etkileri olan bu paylaşım ağlarını daha doğru ve nitelikli kullanmak temel esas olmalıdır.

Aile kavramı ve aile yaşamının korunması için, dijitalleşen dünyada sosyal medya ve kullanımı üzerine yeni değerler ve normlar oluşturulmalıdır.

Öneriler

- Sadece çevrimiçi olarak tanıdığınız bir kişiye sınırsız güvenmeyin.
- Sosyal medya araçları hiçbir şeyi unutmaz. Bir süre sonra utanacağınız bir fotoğrafı veya yazıyı paylaşmayın.
- Kahvaltı ve akşam yemeği zamanında veya yatmadan yarım saat önce, tüm aile fertleri için sosyal medya araçları ortadan kaldırılmalıdır. Akıllı telefonsuz, kaliteli ve nitelikli bir vakit geçirin.
- Yalnızca mideleriniz değil muhabbet ile gönülleriniz de dolsun. Bunun gerçekleşebilmesi için medya araçlarının hepsini bir kutuda ya da dolapta tutun.
- Aile ile ortak internet bağlantısı hakkında karar verin. Örnek olarak, evde belirli bir saatten sonra sınırsız internet bağlantısı kapatılabilir. Sınırsız internet yerine, kendi aile sınırlarınızı belirginleştirin.
- Çocuğunuzun ve eşinizin medya ile yaşamına eşlik edin, paylaştığı ve takip ettiği şeyler hakkında konuşun.
- Sosyal medyaya alternatif olarak birbirinize zaman ayırın ve aktivitelerde bulunun.

- Çocuğunuzla hangi uygulamaları yükleyebileceğini ve hangi risklerin söz konusu olduğunu konuşun.
- Çevrenizdekilere açık sözlülük ile hangi zamanlarda ve ne kadar süre iletişime açık olduğunuzu bildirin.
- Kendiniz ve aileniz için çevrimdışı zamanlarınız çok olsun.
- Unutmayalım, çocuklar bizim ne dediğimizi değil, bizim ne yaptığımızı öğrenirler.

Kaynakça

Almanya Federal İstatistik Dairesi, Web: www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/HaushalteFamilien.html (erişim: 15.03.2017).

Almanya Medya Kompetans Raporu, Web: www.medienkompetenzbericht.de/pdf/Medienkompetenzfoerderung_fuer_Kinder_und_Jugendliche.pdf (erişim: 15.03.2017).

Demirtaş-Madran, H., *Facebook Kıskançlığı Ölçeğinin Türkçe formu: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması*, Web: <http://toad.edam.com.tr/sites/default/files/pdf/facebook-kiskancligi-olcegi-toad.pdf> (erişim: 15.03.2017).

Fritz, Bianca, *22 Fragen und Antworten zur Medienerziehung*, Web: www.fritzundfraenzi.ch/medien/medienerziehung/22-fragen-und-antworten-zur-medienerziehung (erişim: 15.03.2017).

Juul, Jesper, *Smartphones haben auf der Familieninsel nichts zu suchen!*, Web: www.fritzundfraenzi.ch/medien/medienerziehung/smartphones-haben-auf-der-familieninsel-nichts-zu-suchen (erişim: 15.03.2017).

Kuzey Ren-Vestfalya Aile, Çocuk, Gençlik Kültür ve Spor Bakanlığı, *Aile Raporu*, Web: www.mfkjks.nrw/sites/default/files/asset/document/familienbericht_langfassung.pdf (erişim: 15.03.2017).

Semerçi, Bengi, *Digital Health SummitTurkey Konuşması*, Web: www.dhsturkey.com/presentations/bengi_semerci.pdf (erişim: 15.03.2017).

Solmaz, Başak; Tekin, Gökhan; Herzem, Züleyha; Demir, Muhammed, *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama*, Web: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/177751> (erişim: 15.03.2017).

Şişman, Nilüfer, *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımının Et-kileri*, Web: www.tavsiyee diyorum.com/makale_4781.htm (erişim: 15.03.2017).

Ulusoy, Ali; Bostancı, Mustafa, “Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü”, *International Journal of Social Science*, Sayı: 28, s. 559-572, Autumn II, 2014.

Çalıştay Grubu Raporu 2: Sosyal Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkileri

Çalıştay Grubu Moderatörü: Meryem Bayrak

Çalıştay Grubu Asistanı: Dr. Hakan Aydın

Ebeveynleri Sosyal Medya Kullanımı Konusunda Nasıl Bilinçlendirebiliriz?

- Gençlerin otokontrol mekanizmaları geliştirilmelidir.
- Evde bir karar alınmadan önce çocuğun da fikri alınmalı ve karara ortak edilmelidir.
- Toplumsal yaşama aile olarak dâhil olunmalıdır.
- Bağımlı hâle gelmiş gençlerin tedavileri muhakkak yapılmalıdır.
- Ebeveynler yaptıkları kontrolü güvensizliğe dönüştürmemelidirler.
- Sosyal medya bizim kontrolümüzde gibi görünür, fakat haber ve bilgilerin büyük çoğunluğunu başkalarının yönlendirmesiyle paylaşır, bilmeden bir yerlere ve bir şeylere alet oluruz. Başkalarının oyuncağı durumuna düşmemek için bu tip paylaşımların yanlışlığı gençlere anlatılmalıdır.
- Verilecek eğitimlerle ehliyetli ve güvenli bir sosyal medya kullanımı yaygınlaştırılmalıdır.
- Sosyal medyada olumlu programlara yönlendirmeler yapılmalıdır.
- Sosyal medyada beğenme ve paylaşımları daha kaliteli hâle getirmek için eğitimler yapılmalıdır.

- Yalnızlaştırılan ve sanal âlemde sosyalleşme ihtiyacını gideren bireylerin, gerçek sosyal hayata katılımlarının sağlanması için çalışmalar yapılmalıdır.

Gençleri Sosyal Medya Konusunda Nasıl Eğitebiliriz?

Sağlam Aile Yapısının Gerekliliği

Aidiyet duygusu geliştirilmelidir. Ortak uyulması gereken kurallar belirlenmelidir. Aile toplantılarına devam edilmelidir. Aile içinde danışma ve dayanışma artırılmalıdır. Kontrol ve güvensizlik ikilemi dengeli tutulmalıdır. Sosyal medya araçlarının dijital dadı olarak kullanılmasından vazgeçilmelidir.

Zaman Yönetimi

İnternet ve sosyal medya kullanımında zaman sınırı belirlenmeli ve bu sınır aşılmamalıdır.

Ortak Mekân Belirleme

Çocukların kullandığı bilgisayar ailenin ortak yaşam alanında bulundurulmalıdır. Aile bireyleri cep telefonu veya tabletini dahi kullansa ortak zamanda ve ortak mekânda olmalıdır.

Sorgulama ve Filtreleme

Kullanılan medya aracının incelenerek, girilecek ve aktif olunacak sitelerin dikkatle seçilmesi, sınırlandırılması ve filterlendirilmesi gerekmektedir.

Sosyal Medyada Arkadaşlık Sınırı

Sosyal medyada tanınmayan ve bilinmeyen insanlarla arkadaşlık yapılmamasına dikkat edilmelidir. Arkadaşlıklarda sınırı aşmamaya ve mahrem bilgileri korumaya özen gösterilmelidir.

Rol Model Edinme

Çocuklara ve gençlere rol model kişiler belirlenmelidir. Sosyal medyanın olumsuz etkilerine karşı rol model kişilerin telkin ve tavsiyelerinden faydalanılmalıdır.

Rol model kişi geniş aile üyelerinden olabileceği gibi bir arkadaş veya abi/abla da olabilir. Bu konuda abi-kardeş, abla-kardeş projelerinden istifade edilmelidir.

Telefonu Kenara Bırakabilme

Aile oturmalarında, muhabbetlerinde ve ortak faaliyetlerinde telefon kenara bırakılabilir. Bilhassa çocukların ders çalışması esnasında telefonun başka bir yerde muhafaza edilmesine dikkat edilmelidir. Trafikte de asla telefon kullanılmamalı, kurallara uyulmalıdır.

İnternet Bağımlılığı ve Önleyici Yöntemler

Prof. Dr. Kadir Canatan

(Araştırmacı-Yazar, Sosyolog, İstanbul Sabahattin Zaim
Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı)

Bağımlılık, çeşitli formlarıyla birlikte düşünüldüğünde, modern toplumların önemli bir sorunudur. İnternet bağımlılığı başta olmak üzere teknolojik bağımlılık, felsefi anlamda bir yabancılaşma meselesidir.

Yabancılaşma, insanın ürettiklerinin bağımlısı hâline gelme sürecidir. İnsan kabiliyetli bir varlık olarak pek çok şeyi üretir; bu anlamda insan “üretici” bir varlıktır. Fakat ne zaman ürettiklerimiz bizi kuşatır ve bize karşı gelmeye başlarsa, yabancılaşma ortaya çıkar. Yabancılaşma, bir insanlık sorunudur. Başka bir deyişle; tüm zamanların ve mekânların sorunudur.

Genel bir gözlem olarak şu söylenebilir: Medeniyet ilerledikçe yabancılaşma artar. Çünkü medeniyet insan üretiminin çoğalması demektir. Barınma imkânlarından beslenme imkânlarına, siyasal kurumlardan sosyal kurumlara kadar pek çok şeyi ürettikçe insan dünyadan kopar ve kendisi ikinci bir dünya üretir. Bu ikinci dünyaya maddi unsurlar açısından medeniyet, manevi unsurlar açısından da kültür diyoruz. Kültür ve medeniyet arasındaki ayrım analitik bir ayrımdır. Değilse bu ikisi arasında pratikte bir ayrım yapılamaz. Kültür medeniyeti, medeniyet kültürü etkiler.

Günümüz medeniyeti, maddi anlamda gelişmenin ilerlediği ve dolayısıyla teknolojinin de hâkimiyetini kurduğu bir süreçtir. Bu süreç, bilişim ve iletişim teknolojileri alanında da kendisini göstermektedir.

Her türlü teknolojiye bağımlılık, çağdaş insanın bir özelliğidir. Çağdaş insan, elinde bir araç ya da aygıt olmadan bir iş yapamaz. Teknoloji, başlangıçta büyük bir kolaylık sağladığı için cazip bir araç olarak yaşamımıza girer. İlerleyen aşamalarda bizi kendisine bağımlı kılar ve köleleştirir. Her ne kadar onu biz oluşturmuşsak da zamanla biz onun kölesi hâline geliriz. Bu bakımdan internet bağımlılığını bir yabancılaşma meselesi olarak ele almak gerekir.

Bağımlılık ve Bağımlılık Türleri

Bağımlılık, “bir madde kullanımını ya da davranışı bırakmama veya kontrol edememe” hâli olarak tanımlanabilir. Bağımlılık kavramı uluslararası literatürde daha çok “addiction” veya “dependence” şeklinde ifade edilir. Bireyler sigara, alkol, uyuşturucu gibi birçok maddeye bağımlı olabilirler.

Ancak bağımlılık denince akla sadece madde bağımlılıkları gelmemeli; fiziksel bir maddeye dayanmayan, davranış tabanlı;

- Yemek bağımlılığı,
- Oyun bağımlılığı,
- Bilgisayar bağımlılığı,
- Televizyon bağımlılığı,
- Alışveriş bağımlılığı,
- İnternet bağımlılığı vb. bağımlılıklardan da söz edilmelidir.

İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, doksanlı yılların ortasından itibaren ortaya çıkmış görece yeni bir olgudur. Uluslararası literatürde

“internet addiction” olarak ifade edilen bu kavram, genel olarak internet başında uzun zaman geçirme ve interneti kullanmayı kontrol edememe şeklinde ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle internet kullanımının bağımlılık olarak tanımlanmasında en büyük belirti ve etken, bireyin internet başında aşırı zaman harcamasıdır.

Bir kişinin internet bağımlısı olup olmadığını, bağımlılık belirtilerine odaklanarak anlamak mümkündür. İnternet bağımlılığının pek çok belirtisi bulunmaktadır. Bunlardan bir kısmını şöyle sayabiliriz:

- Daha az dışarıya çıkmak,
- Ev ya da iş ortamında yemek için daha az zaman harcamak
- İnterneti her defasında daha fazla kullanmayı istemek,
- Genellikle bilgisayar başında yemek yeme alışkanlığı kazanmak,
- İnternetin başında planladığı süreden daha çok kalmak,
- İnternet başında harcanan uzun zamanı inkâr etmek,
- Sürekli uykusuz ve yorgun görünmek,
- Çevreyle ilişkinin zayıflaması ya da kopması,
- Birey hakkında başkalarının şikâyetçi olması,
- İnterneti kullandığında kendini daha iyi ve mutlu hissetmek,
- Yapılması gereken görev ve sorumluluklar olduğu hâlde internet başından ayıramamak,
- Aile üyeleri evde yokken bunu bir rahatlama ve kurtuluş görüp internete girmek,
- İnterneti “iyi hissedilen” tek yer olarak görmek,

- Çok fazla internet kullanım ücreti ödemek,
- İnternette geçirilen zamandan ötürü suçluluk hissi duymak,
- İnternetteki arkadaşlıkları fiziksel arkadaşlıklara tercih etmek,
- İnternette değilken dahi sürekli interneti düşünmek.

Eğer bir kimse bu belirtilerden birkaç tanesine sahipse o kişinin internet bağımlısı olduğu söylenebilir. Ancak bir hususu açıklığa kavuşturmak gerekir: Bir kimse işi gereği internete giriyor ve interneti sık kullanıyorsa, bu kişinin internet bağımlısı olduğunu söylemek zordur. Yukarıda sayılan belirtiler, işi gereği interneti sık kullanma mecburiyeti olmadığı hâlde, interneti kullanma konusunda kendisini denetleyemeyen kişilerin özellikleridir.

Bazı kesimler diğerlerinden daha fazla internet bağımlısı olabilirler. Bu gruplara riziko grupları denmektedir. Riziko gruplarında en başta çocuklar ve ergenler, ailesinde başka bir bağımlılık türü görülenler, fiziksel veya ruhsal problem yaşayanlar ve ailesi içerisinde sorunların var olduğu kişiler gelmektedir.

Dünyanın bazı bölgelerinde, söz gelimi Avrupa ülkelerinde internet bağımlılığı %2-3 arasında iken bazı bölgelerde bu oran %10'u geçmektedir. Orta Doğu toplumları bu oranda bir internet bağımlılığı göstermektedir. Bu demektir ki, iletişim ve bilişim teknolojileriyle ilişkiler, toplumdan topluma değişmektedir. Yabancılaşma, bir başka deyişle teknolojik bağımlılık, bu teknolojileri üretmeyen toplumlarda daha büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnternet Sosyolojisi

İnternet günümüz toplumlarının bir gerçeği hâline gelmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun verdiği en son verilere göre (2016) Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranı %61 düzeyindedir. Bu oranlar, erkeklerde %70,5 iken, kadınlarda %51,9'dur.

Bir önceki yıla kıyasla %5'lik bir artış söz konusudur. Son 3 ay içerisinde internet kullanan bireylerden interneti hemen her gün veya haftada en az bir defa kullanan bireylerin oluşturduğu düzenli internet kullanıcı oranı 2016 yılının ilk üç ayında %95 olarak tespit edilmiştir.

Evde internet erişimi olmayan hanelerin %59'u, bağlanamama nedeni olarak internet kullanımına ihtiyaç duymadıklarını, %29,4'ü interneti iş, okul, internet kafe gibi başka yerlerde kullandıklarını söylemiştir.

İnternetin hangi amaçla kullanıldığı önemli bir konudur. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'de kişiler internet kullanma amaçlarının, en fazla sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma; paylaşım sitelerinden video izleme; online haber, gazete ya da dergi okuma; sağlıkla ilgili bilgi arama; mal ve hizmetler hakkında bilgi arama ve müzik dinleme (web radyo) olduğunu belirtmişlerdir. Gençler ise interneti daha çok sohbet etmek ve müzik dinlemek için kullanmaktadır.

Son yıllarda internet üzerinden alışveriş ve e-devlet hizmetlerinden faydalanma önemli bir artış kaydetmiştir. %34 oranında kişi internet alışverişini yaparken, %61 oranında insan e-devlet hizmetleri için internetin başına geçmiştir.

Çözüm Yolları

İnternet bağımlılığının fiziksel, ruhsal ve sosyal birçok etkileri bulunmaktadır. Gözlerin kuruması, baş ağrıları, sırt ağrıları, yeme sorunları, uyku sorunları, kişisel temizlikte eksiklikler gibi etkiler, bağımlılığın fiziksel etkilerinin bazı örnekleridir. Bu örnekler kişinin günlük işlevlerini yerine getirememesi ve zorlanması anlamına gelmektedir. İnternet bağımlılığının zihinsel ve ruhsal etkileri daha fazladır. Bunların bazıları şöyledir:

- Özgüvende düşüş,
- Düşünce süreçlerinde bozulma,
- Kişiler arası duyarlılıklarda azalma,
- Obsesif, depresif, kaygılı, düşmanca, fobik, paranoid düşüncelerde artma,
- Sosyal gelişimde önemli ölçüde gerileme,
- İçer dönüklük (çekinme-kaçınma hâli),
- Sosyal kaygı düzeyinde ve saldırganlık davranışlarında yükselme,
- Giderek yalnızlaşma,
- Yüz yüze ilişki kurmakta güçlük yaşama,
- Zihinsel fonksiyonlarda bozulmalar.

Yalnızlık mı internet bağımlılığının bir belirtisidir, yoksa internet bağımlılığı mı yalnızlığa yol açmaktadır? Bazı araştırmalar internet kullanımının yalnızlığa neden olabileceği görüşünü öne sürmektedir. Ancak ilişki şüphesiz ki karşılıklıdır.

İnternet bağımlılığına karşı mücadelede iki aşamada önleyici yöntemleri düşünebiliriz. Bağımlılık öncesi önleyici

tedbirler, aileler açısından en önemli tedbirler olup bu alanda aktif bir rol oynamaları gerekir.

Bağımlılık Öncesi Önleyici Tedbirler

- Çocukların bilgisayar ve interneti oturma odasında kullanmasını talep edin.
- Zaman sınırlaması koyun.
- Güvenli internet kullanımını öğretin.
- Sağlıklı ve buluşa dayalı etkinliklere katılması için onu cesaretlendirin.
- Birlikte sosyal-kültürel ve sportif etkinliklere katılın.
- Bir sanatla uğraşması için teşvik edin. Hobiler edinmesini sağlayın.
- İnterneti çok yönlü olarak nasıl kullanabileceğini öğretin.
- Yasaklamak yerine seçenekler sunmayı deneyin.

Bağımlılık sonrası tedbirler konusunda ailelerin rolü, tedaviye destek vermek şeklinde olmalıdır. Aile, bağımlılık belirtilerinin olup olmadığına kendisi de karar verebilir. Ama bir uzmana başvurması daha yerinde olacaktır. Sonraki aşamada uzmanın vereceği talimatlara göre hareket edilmelidir. Bu aşamada ailenin görevleri belirlenmeli ve aile üstüne düşen sorumlulukları yapmalıdır.

Sonuç

İnternet bağımlılığı, daha genel bir insanlık sorunu olan yabancılaşma bağlamında değerlendirilmesi gereken bir konudur. Çağımızda yabancılaşma artmıştır ve insan kendi ürettiği teknolojik medeniyetin esiri hâline gelmiştir.

Her insan, potansiyel olarak bağımlı olmaya yatkındır. Ama savunmasız kişiler, söz gelimi çocuklar, ergenler ve sorunlu ailelerden gelen gençler bu duruma daha fazla yatkındır.

Önemli olan, bu bağımlılığın kaynakları ve sonuçları hakkında net bir düşünceye ulaşmaktır. İnsanlık, metafizik âlemlerle olan ilişkisini kestiği için fizik dünyaya kapanmış ve bu dünyanın tuzaklarına karşı savunmasız kalmıştır.

Yabancılaşmayı aşmak için yaşam felsefesinde radikal bir dönüşüme ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

- Türkiye Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, TÜİK, Ankara 2016.
- İstanbul Çekmeköy Gençlik Araştırması, Çekmeköy Belediyesi & ARGETUS, Ankara 2016.

Çalıştay Grubu Raporu 3: İnternet Bağımlılığı ve Önleyici Yöntemler

Çalıştay Grubu Moderatörü: Prof. Dr. Kadir Canatan
Çalıştay Grubu Asistanı: Rukiye Özmen, Zehra Alver

Bağımlılık Öncesi Tedbirler (Önleyici Çalışmalar)

Bağımlılık teşhis edildikten sonra uzmanlar tarafından ailelerle birlikte çözüm sunulur ve gerekli tedavi bağımlı olan kişinin isteği ile başlar. Bu nedenle bağımlılık tespit edildikten sonraki dönem uzman destekli olmalıdır. Fakat bağımlılık öncesi tedbirler hakkında ailelere yol göstermek gerekir. (Önleyici) çalışmaların neler olabileceği, hangi önlemlerin nasıl alınabileceği hususu üzerinde durulmalıdır.

Öneriler

- İnternet bağlantısı ve bilgisayarın çocukların kendi odalarında değil, ortak yaşam alanlarında bulunması gerekmektedir. Aile üyelerinin gözetimi altında olması sınırların aşılmasını engel olabilir, en azından belirli bir yaşa kadar bu mümkün kılınabilir.
- Kontrol mekanizmasına sadece aile ve veliler değil, okul ve öğretmenler de dâhil edilmeli, fakat kontrol baskıya dönüşmemelidir.
- Kişi, işi gereği bilgisayar ve internet kullanabilir, internet ve bilgisayar işlevsel olarak görülürse bunda sorun yoktur. Ama onsuz yapamayacağını düşünenler bağımlılık tehlikesindedir.
- İnternet daha çok oyun oynamak için kullanılmaktadır, bunun yerine çocuklara ve gençlere alternatif oyunlar sunmak

gerekir. Ancak bu şekilde internete biraz mesafe koyulabilir. Çocuklara kendi becerilerini geliştirebilecekleri oyunlar sunulmalıdır.

- Çocuklara günün belli saatlerinde (başlangıç ve bitiş net çizgilerle belirtilmeli) interneti kullanma imkânı sunulmalıdır. Hem sınırlandırma yapıp hem de alternatif faaliyetler sunularak çözüm odaklı hareket edilmelidir.

- Çocuklara, belirlenen kullanım süresi ve kullanım alanı sınırını geçtiğinde katı olmamak şartıyla, biraz yumuşak uyarılarda bulunulmalıdır. Çünkü hedefimiz çocuğu kendimizden uzaklaştırmak değil, her daim bize/ebeveyne güven duymasıdır. Hatalarda dahi yumuşak uyarılar yapılarak aşırı ve sert çıkışlar engellenmelidir.

- Çocukları katı kontrol altında tutmaktansa, daha esnek davranarak kendi kontrol mekanizmasının gelişmesine yardımcı olunmalıdır. Çocuk ve gençlerin otokontrol mekanizmalarını geliştirmeye yardımcı olunmalıdır.

- Zaman soyut bir kavramdır, bu kavram somut örneklerle çocuk ve gençlere öğretilmelidir. Onlarla birlikte haftalık planlama yapılmalı ve bu şekilde onlara zamanı iyi değerlendirme becerisi ve zaman yönetiminin önemi aşılanmalıdır. Çocuğun ve gencin odasına bu plan asılarak zamanla bu plana uyması içselleştirilebilir. Ajanda kullanımı zaman yönetiminde nitelikli bir araç olarak değerlendirilebilir.

- İnternetin sadece oyun imkânı sunduğu anlayışına karşı olarak internetin farklı yönlerini ve imkânlarını çocuklara göstermek gerekir. Bunları da (sınırlı) kullanması ve sosyal faaliyetler/ağlar alanlarını sağlıklı genişletmesi sağlanmalıdır.

- Sosyal ağlarda dil kullanımı ve olumlu davranış biçimlerini hatırlatmak ve güvenli internet kullanımını öğretmek gerekir. Bu ise Heidegger'in deyişyle "teknığın uzantısı olarak

insan, insanın uzantısı olarak teknik” düsturuna dayanılarak yapılmalıdır.

- Önce velilere boş vaktin nasıl değerlendirilebileceği konusunda bilgiler verilmeli ve bunun önemi üzerinde durulmalıdır. Çocuklara boş vakitlerini nasıl değerlendirebilecekleri anlatılmaktan ziyade veliler tarafından (çocuklarla birlikte) yaşanılmalıdır.

- Okul ödevlerinin internette hazır bulunan bilgiler ile değil, kütüphanede kitaplarda araştırılarak ve okunarak yapılması ve yaptırılması gerekmektedir. Bunun ise bir yetişkinin ortak hareketiyle yapılması elzemdir.

- Çocuk ve gençlere uygulamalı öğretim yolu takip edilmelidir. Tabiat ve insanlarla hemhâl olunmalıdır. Her şeyin başı sevgidir. Çocuğun ve gencin ortam içinde rencide edilmesi onu bağımlılığa itebilir. Bu nedenle ebeveyn ve geniş aile üyeleri hatta öğretmenler kucaklayıcı olmalıdır.

- Aileler, aile içinde, evde cemaat ile namaz kılarak, aile oturumları ve aile muhabbet akşamları tertip ederek aidiyet duygusunu pekiştirmelidir. Bu şekilde bağımlılığı önleyebilir ve ailenin bağlılık gücünü artırabilirler.

- Önemli bir boş zaman alternatifi hobilerdir. Hem velilerin hem de çocuk ve gençlerin hobi edinmeleri teşvik edilmelidir.

- Spor faaliyetlerine çocuk ve gençlerin katılması elzemdir.

- Aile içinde nitelikli zaman geçirme, rol model olabilecek arkadaşlık ve dostlukları teşvik etme ve nitelikli meşguliyet sağlamak en önemli unsurlardır.

Bağımlılığın Tespitinde Dikkat Edilecek Hususlar

- Büyük hastanelerin sayfalarında, kimlerin internet bağımlısı olduğuna dair testler bulunmaktadır. Veliler çocuklarıyla birlikte bu testleri çözebilirler. Bu testlerin güvenilir yerlerden alınması çok önemlidir.
- Bağımlı olduğunu idrak etse de kişi, ayıplanacağını veya hut öteleneyeceğini bildiği için bağımlı olduğunu kabul etmez. Sivil toplum kuruluşları bu noktada hassasiyet oluşturmalı ve profesyonel yardım almanın normal olduğu algısını oluşturmalıdır.
- Çocukları ve gençleri bağımlılığa götüren dış etkenler büyüklerdir. Bu nedenle; çocukları eğitmek yerine önce kendimizi eğitmeliyiz.

İnternet Hukuku ve Kişilik Haklarının Korunması

Hilal Eren

(Hukukçu, Sosyal Medya Eğitmeni, MÜltiplikatör)

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte en etkilenen alan, insanların bireysel yaşamları ve kamusal toplumdaki yeni yerleri olmuştur. Kişinin modern TV formatlarında canlı yayınlarda özel hayatını sergilemesinden ziyade, sosyal ağlardaki iletişim biçimi sorun teşkil etmeye başlamıştır.

Ailelerin üstesinden gelmek zorunda olduğu güncel konular değişmiştir. Sosyal ağlar artık özel alanlarımıza dâhil olan yeni olgulardır. Bu gelişme kimi zaman dijital çağın getirdiği bir kazanç olduğu kadar, bir o kadar yeni beceriler ve duyarlılıklar geliştirmemizi ve farklı sorumluluklar üstlenmemizi gerektirir.

Aile ve sosyal medya temasını işlerken, sosyal ağlarda farkında olmadan ya da farkında olup da buna kayıtsız kalarak, kendimiz ve ailemiz hakkında hangi verileri paylaştığımız konusunda hassasiyet kazanmamız gerekiyor. Verilerimizi düşünmeden sanal alanda kullanmamızın nelere yol açabileceğinin farkında olup, çevremizi de bu konuda aydınlatmak, ciddiye alınması gereken bir sorumluluktur.

Sivil toplum örgütleri ve dinî topluluklar birçok insana ulaşabilme imkânına sahip olduğu için, hedef kitlesindeki ailelerin medya okuryazarlığı ve kişinin özel alanını ve verilerini koruması konusunda duyarlılık kazanmaları için sistematik çalışmalar yürütmelidir.

Devletin aydınlatma kampanyalarına ve okullarda bu konuların ders programlarına dâhil edilmesine rağmen, insanların yeterli bilgiye ve hassasiyete sahip olmadığı da bir gerçektir. Öncelikle mahremiyet ve özel hayatın kavram olarak ne

anlama geldiğini ve daha sonra sosyal medyanın bu yaşam alanlarıyla kesişmesini incelemeliyiz.

Mahremiyet sözcüğü en iç, en derin anlamına gelir. Bu, bir kişinin en gizli gerçekliğidir. Hukuki anlamda mahremiyet ve özel hayat, farklı kavramlardır. Mahrem alan devletle birlikte hiç kimseyi dâhil etmek zorunda olmadığımız en içten olan yaşam alanımızdır. Özel hayat ise, aile hayatımızı ve evimizi de içine alır.

Bugün genç bir insana bu kavramlar sorulduğunda, sosyal ağlarda rastladığı teknik bir ayarla bağ kurar. Genç neslin gözünde mahremiyet açıp kapatılabilen bir fonksiyondur. Bu yüzden mahremiyet ve özel hayatın anlamını tekrar sorgulamamız gerekir.

Bu iki kavram vazgeçilmez değerlerdir ve aynı sağlığımız gibi yitirildiğinde değeri anlaşılır. Özel ve mahrem alanı en kolay şekilde kamu hayatına zıt olarak anlatabiliriz. Özel alan sadece mekân anlamında evimiz değil, davranışlarımız, belirli olaylar/durumlar veya eşyalarda olabilir.

Örneğin günlüğümüz en özel anılarımızı saklar. Klasik anlamda özel hayatı ailemizle paylaşıyoruz. Evimiz buna bir çatı oluşturur. En dış mesafede kamu hayatı yer alır. Fakat kamu alanında da davranışlarımız ve kararlarımız sadece özel hayatımızı ilgilendirebilir.

Bir yürüyüşe katılıp katılmamak nasıl özel kararımızsa, bir restoranda yakın arkadaşımızla konuştuklarımız da özelimizdir. Siyasi fikrimiz, başka bir insan hakkında düşündüklerimiz, sağlık bilgilerimiz de özelimizdir.

Özel bir bilgi, sır olmak zorunda değildir. Toplumda taşıdığımız kıyafet gibi. Bunun aksine bir devlet sırrı da mahremiyetle alakalı değildir. Bilimsel anlamda özel hayat dört alana ayrılır. Yalnızlık, mahremiyet, anonimlik ve çekimsellik.

Tek başımıza olduğumuzda, üçüncü şahıslar bizi izleyemez. En yakınlarımızla güven ortamında paylaştıklarımız, mahremiyet alanında kalır. Anonim olarak, kimliğimizin saptanmaması hakkına sahip oluruz. Geri durma hakkını kullanarak, manevi ve fiziksel anlamda diğer insanlarla aramıza görgü kuralları çerçevesinde mesafe koyarız. Örneğin dar bir asansörde yabancı insanlarla karşılaştığımızda geri durduğumuz gibi.

Mahremiyeti ve özel hayatımızı korumanın en iyi yolu, yalnızlık ve izolasyon değildir. Özel hayat ve mahremiyet bize başka insanlar tarafından etkilenmeden yaşayabileceğimiz güvenli bir alan sağlar. Kimsenin etkisi altında kalmadan yaşadıklarımızı ve tecrübelerimizi değerlendirip, bir konuda fikir edinebiliriz.

Özel hayatın kamu alanında malzeme olması yalnızca sosyal medyanın bir eseri değildir. Fakat kamuyla özel hayatınızdan bir bilgi paylaşmanız önceden sadece televizyon, radyo ve basın yayın organları aracılığıyla mümkünken, günümüzde bir tıkla, cebimizde taşıdığımız bir cihazla milyonlarla paylaşılabilir hâle gelmiştir.

Sosyal medyayı kullanabilmemiz, öncelikle şahsi bilgilerimizi açığa vermemizi gerektirir. Yüz yüze görüşmenin aksine sosyal medyaya sunulan bilgilerimiz, yayınlanıp dijital şekilde muhafaza edilir. Gelişi güzel verilen bir bilgi devamlılık kazanıp, internette arama motoru aracılığıyla bulunabilir. İstenildiği gibi çoğaltılıp, bağlamından çözülüp kullanılabilir. Farklı sosyal tabakalara ve sınırlara sahip olmayan sosyal medyada özel bilgilerimiz kontrolümüzden çıkar. Her ne kadar sosyal ağların veri koruyucu fonksiyonlarını devreye geçirsek de internet üzerinden paylaştıklarımızın istemediğimiz insanlar tarafından görülmesine engel olamayız.

Çoğu zaman arkadaşlarımızla paylaştıklarımızı ailemizle paylaşmak istemeyiz, ailemize anlattıklarımız, işverenimiz ta-

rafından duyulmasa daha iyi olur. Yapılan araştırmalara göre, artık okullarda verilen medya okuryazarlığı derslerine ve veri koruması ile ilgili toplumsal çalışmalara rağmen, insanlarda hâla kayıtsızlık hâkimdir. Kullanıcılardan %51'i Facebook ve WhatsApp gibi uygulamalardan veri suistimalini göze alarak vazgeçmek istemez.

Kişiler, verilerinin %90'ının toplandığını bilmesine rağmen arama motoru olarak Google'ı tercih etmektedir. Bunun açıklaması alternatifleri tanımamak ve teknik bilgidен yoksunluk olabileceği gibi, dijital kimliğine hâkim olmanın özgüveni de olabilir. İnternetin sunduğu konfor ve bağımlılık da önemli bir faktör olabilir.

Sıkça öne sürülen gerekçelerden birisi de gizleyecek bir şeyimizin olmamasıdır -bu, en büyük yanılgılardan biridir-. Göz ardı edilen şey, sosyal medyada paylaşımlarımızın olduğu gibi kalmamasıdır. Dijital veriler sabit kalmaz, manipüle edilmeye açıktır. Bağlamından çözülen bir cümlemiz örneğin, yine farklı bir bağlamda paylaşılıp başımızın sıkıntıya girmesine sebep olabilir.

Veri Madenciliği

İlk önce veri madenciliğinin mekanizmalarını anlamak gerekir. Kendi irademizle sosyal medya profilimiz ve paylaşımlarımızla sunduğumuz verilerin, öncelikle ticari veri madencileri tarafından biriktirildiğinin bilincinde olmalıyız. Böylelikle hakkımızda yeni bir profil oluşturulup örneğin kişiye özel reklam sunulur. Bu gibi şirketlerin ilgi alanına giren bilgiler, alışveriş veya seyahat alışkanlıklarımız, harcama gücümüz olabilir. Sürekli takip altında olmak, kayıt edilmek, değerlendirilmek özgür irademizi kaybetmemize sebep olur. İnternet ve sosyal medya bir denetleme aracına dönüşür.

Sosyal medya profilini oluştururken paylaşılan verilerin yanı sıra, arama motorlarının web protokolü sayesinde girdiğimiz sayfalar kaydedilir. Verileri toplamanın başka bir aracı da çerezlerdir (cookie). Bunlar web sitelerinde dolaşırken bilgilerin, şifrelerin kaydedildiği, o web sitesine tekrar girildiğinde bilgilerinizin hatırlanarak giriş yapıldığı text dosyalarıdır. Aslında kısaca “web dosyalarının hatırlatma kutusu” da diyebiliriz. Özellikle üyelik gerektiren sitelerde, “Beni hatırla” kutucuğunun kullanıcılar tarafından işaretlenmesi ile birlikte, bu siteye tekrar uğradıklarında tekrar kullanıcı adı ve şifrelerini girmeden online olabilmelerini sağlamaktadır. Bu sayede hem zamandan tasarruf edilmiş hem de aynı bilgilerin defalarca girilmesi zahmetinden kurtulmuş olunur.

Bu text dosyaları gizli veriler içerdiğinden dolayı bir o kadar da tehlikelidir. Zira bilgisayara bulaşan virüsler, spyware, trojan tarzı kötü niyetli yazılımlar bu verilere ulaşarak bilgilerinizi çalabilirler. Ne kadar sık kullanılsa da gizliliği önem arz eden sitelerde bu bilgiler hatırlanmamalı ya da belirli aralıklarla temizlenmelidir.

Bulut Bilişim

Bulut bilişim (cloud computing) bilgisayarlar ve diğer cihazlar için, istendiği zaman kullanılabilen ve kullanıcılar arasında paylaşılan bilgisayar kaynakları sağlayan, internet tabanlı bilişim hizmetlerinin genel adıdır (örn. Google Drive). Mail ekinde dosya göndermeye bir alternatiftir.

Belki bulut bilişim hakkındaki en büyük endişeler güvenlik ve gizliliktir. Önemli bilgilerin başka bir şirkete teslim edilmesi fikri bazı insanları tedirgin etmektedir. Şirket yöneticileri şirketlerinin bilgilerini kilitli ve anahtarın kendilerinde olduğu bir sistem olmadığı için bulut bilişim sistemlerinin avantajlarından faydalanmakta tereddüt yaşayabilirler.

Online alışveriş yaparken karşılaştıklarımız da oldukça sorun barındırır. Şirketlere emanet ettiğimiz verilerin yanı sıra, alışveriş alışkanlıklarımız da takip edilir. Bir önceki gün online alışveriş sepetine eklediğimiz ürünler, ertesi gün mail postamıza veya sosyal medyada kullandığımız profil sayfamıza ısrarcı bir biçimde eklenir.

Akıllı telefonumuza yüklediğimiz uygulama ile veritabanına ulaşılır. Özellikle Android sistemli telefonlarda belirli uygulamalar, kamera ve adres defterine erişime izin vermeden yüklenmez. Kiminle evlenmeyi düşündüğümüz, çocuk beklediğimiz, hobilerimiz, siyasi düşüncemiz veya hastalığımız hakkında internette paylaştıklarımız ile farklı veya bize benzer dijital bir kimlik oluşturulur.

Facebook hesabımız olmasa da diğer üyenin adres defteri sayesinde Facebook uygulaması bizim o kişiyle bir sosyal bağımız olduğunu öğrenir. Yüz ve ses tanıma sistemleri aracılığıyla geleneksel ortamlarda yaptıklarımız da dijitalleşir.

Big Data

Günümüzde sıkça adını duymaya başladığımız Big Data (Büyük Veri) her ne kadar teknolojinin ilerlemesi ve kullanım alanlarının artması ile ortaya çıkmış bir kelime olarak görülse de, yıllardır içerisinde bulunduğumuz fakat gelişiminden pek haberdar olamadığımız bir olgudur. Bu olguya farkında olmadan sürekli destek vermekte ve “Büyük Veri” olarak isimlendirdiğimiz bu ortama sürekli veri akışı sağlanmasına bizler de katkı sağlamaktayız.

Teknolojinin ilerlemesi ve internetin gelişmesi ile beraber günümüzde bilginin gücü de ön plana çıkmış ve bununla beraber internet dünyasındaki birçok olgu ‘Bilgi Çöplüğü’ olarak anılmaya başlamıştır. Bu çöplükten anlamlı verilerin de

çıkabileceğini düşünen yazılım şirketleri, AR-GE çalışmalarını bu anlamda yürüterek Big Data olarak isimlendirdiğimiz olguyu ortaya çıkarmışlardır. Günümüzde artık, tüm bu verilerin kullanılması ihtiyaç hâline gelmiştir.

Kısaca şirketlerin amacı, bilgi çöplüğünden işe yarayabilecek değerli veriler ortaya çıkarmaktır. Günümüzde internetin çok fazla kişi tarafından kullanılması günlük hayatımızda aldığımız hizmetleri, internet üzerinden bulunan uygulama yazılımları aracılığı ile hızlı ve kolayca erişebiliyor olmamız nedeniyle ortaya çıkan yaygın kullanım, özellikle hizmet alanında satış sonrası müşteri memnuniyeti sağlamak için, son kullanıcının her türlü bilgisinin alınıp saklanmasına neden olmuştur. Saklanan bu verilerin büyüklüğünün sürekli artması Big Data kullanım gerekliliğini ortaya koymuştur.

Tracking ve Scoring

Verilerimizin kullanıldığı metotlardan ikisi Tracking ve Scoring metotlarıdır. Tracking üzerinden birey davranışlarıyla takibe alınır. Bu metotlarla aktif kullanılan cep telefonu bile yeterli bilgi sunar. Kiminle, ne zaman ve ne kadar süre konuşulduğu bilgisi de kişinin özel hayatıyla ilgili fikir edinmek ve profil oluşturmak açısından değerlidir.

İnternette girdiğimiz sayfalar, kullanıcı ve tüketici alışkanlıklarımız takip edilir. Bahsettiğimiz gibi çerezler (cookie) sürekli izimizdedir. Her kullanıcıya bir ID-numarası verilir, bu şekilde tanınması kolaylaşır. Her sayfaya girişte ortalama 56 Tracking uygulaması devreye girer. Biz farkında olmadan, arka planda şirketler saniye başı reklam satıp, bize müşteri ve tüketici olmamız için bu reklamların sunulmasını sağlar. Tabii bu duruma olumlu yaklaşıp, reklamları görmezden gelmek kadar, zevklerimize uygun reklamlardan faydalanabilmek de hoşumuza gider.

Fakat asıl sorgulamamız gereken, hayatımız, sorunlarımız, zevklerimiz hakkında bu kadar bilgiyi paylaşmamızın doğru olup olmadığıdır. Bir tıklamayla kim olduğumuzu bildiğini düşünen bir sistemle karşı karşıya olduğumuzun bilincinde olmamız gerekir.

Scoring metodunda ise bir adım ileriye gidilip, geçmişteki davranışlarımız değerlendirilerek matematiksel hesaplar yapılır ve bir risk profili oluşturulur. Toplanan bilgilerden bir kez faturanızı geç yatırdığınız tespit edilirse, bu kredi itibarınızı sarsar. Sağlık sorunlarınızla ilgili bir bilgiye ulaşırsa, bundan işçi gücünüz konusunda bir sonuç çıkarılır. Bu bilgi potansiyel işvereninize satıldığında, hâliyle görüşmeye çağırılma şansını azaltır.

Sosyal ağlar ve internette biriktirilen verilerimiz sayesinde netice olarak ölçülür, biçilir ve değerlendiriliriz. Sınıflara ayırılırız. İyi veya kötü müşteri oluruz. Düşük kredi ve Scoring yüzünden dezavantajlı kredi/fiyat politikalarına maruz bırakılırız.

İhtiyaçlarımız ve davranışlarımız analiz edilir. Dinî kimliğimiz, siyasi fikirlerimizden dolayı haksızlıklara uğrayabiliriz. Özgürlüklerimiz kısıtlanır.

İşverenle ilgili verdiğimiz örneğe geri dönecek olursak, Facebook profilimizdeki paylaşımlardan dolayı belki kısmetli bir işten oluruz. Sosyal medyada kendinizi ifade etme şeklinizden, ilgilendiğiniz konulardan, verimli bir işçi, içinize kapanık, yenilikçi veya güvenilir olup olmadığınızı işverenler analiz edip, şahsen tanışmaya gerek duymayabilirler.

Sosyal medya özellikle dört büyük Amerikan şirketinin elindedir: Apple, Google, Facebook ve Amazon. Uluslararası şirket olmalarına rağmen, veri koruması konularında daha esnek olan Amerikan kuralları geçerlidir. Facebook 800 milyon insan tarafından kullanılır. Instagram ve WhatsApp da bu şirkete aittir.

Facebook'un başarısı Social Graph sistemine bağlıdır: Kişininle arkadaş olduğumuz, hangi müziği dinlediğimiz, ne okuduğumuz, hangi ülkeye seyahat etmek istediğimiz ve “beğen butonu” sayesinde ilgimizi çeken kişiler/durumlar izlenir. Böylelikle bize uygun reklamlar profil sayfamıza eklenir. Amazon şirketinin yakın zamanda müşteriye özel reklam sunma imkânlarını genişletmek için Facebook ile bir anlaşma imzalaması da bu bağlamda ilgi çekici bir gelişmedir.

Ayrı bir güç tekeline de Google sahiptir. YouTube, Gmail, Chrome gibi milyonlarca kullanıcısı olan platformlara sahip olan şirket, 2012 yılında veri kullanma tüzüklerini yenileyip, bu farklı platformlar arası veri alışverişinin önünü açmıştır. Yine Google kullanmadan, bir arkadaşımızın adres defterine eklenerek verilerimize kontrolümüz dışında ulaşılabilir.

Sosyal medyadaki şahsi paylaşımlarımız ve başka insanların hakkımızdaki paylaştıkları, sosyal ağlarda görüştüğümüz kişiler tarafından ve verileri ticari amaçla biriktiren şirketler tarafından da manipüle edilebilir. Taciz, dışlama, kimlik hırsızlığı, hakaret, itibar kaybı bundan doğan başlıca risklerdir.

Sosyal medyadaki dikkatsiz paylaşımlar bizi hiç tanımayan insanların hakkımızda bilgi ve söz sahibi olmasını sağlar. Yabancı bir insanın mahremiyet alanımıza girmesine izin vermiş oluruz. Bundan dolayı kim olduğumuza karar verme, kendimizi istediğimiz gibi gösterme şansını azaltır veya yitiririz.

Bu bağlamda toplumun eşit ve özerk bir üyesi olmak için özel hayatımızı korumalıyız. Sadece sosyal medyanın ürünü olan bir kimliğin üzerimize ebediyen yapışması, sağlıklı bir kişilik oluşumunu etkiler. Özellikle genç insanların bu konularda duyarlılık kazanması gereklidir.

Dijital dublörümüzün çoğu zaman gerçek kimliğimizle bir alakası yoktur. Ama devlet mercileri ve şirketler bizi bu şekilde tanırlar. Yanlış sınıflandırmaları ve analizlerin sonucunu değişik-

tirememe ve düzeltememe düşüncesi ürkütücüdür. Verilerimizin ticari bir araç olması da bizleri rahatsız etmelidir. Arama motorunun ana tüzüğünü bir tıklamayla onaylasak da hangi oyun kurallarına razı olduğumuzdan emin olamayız.

İnternette Güvenlik Sorunları ve İhlaller

İnternette kurallar sürekli değişime uğrar. Sınırsız denetlenmek sonuç olarak temel haklarımızı elimizden alır. Sır sathi olmak, suçlu olmak anlamına gelmez. Bilgi almak veya fikir edinmek için internette girdiğimiz sayfalardan çıkarılan sonuçlar bizi suçlu yapmaz, fakat genel bir şüphe altında bırakır. Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı sosyal medya platformlarında yer alan metin, fotoğraf, video, ses gibi unsurlardan oluşan içeriğin önemli bir kısmı kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır.

İçerik kavramı, her sosyal medya platformunda sunulan hizmetin niteliğine göre farklılaşabilmekte ve her geçen gün bunun kapsamına teknolojilere bağlı olarak yenileri eklenebilmektedir. Ancak genel olarak içerik, sosyal medya hizmetleri aracılığı ile erişilebilir hâle getirilmiş metin, fotoğraf, video, ses klibi, yorum, veri, bilgi, yazılım, komut dizinleri, grafikler gibi etkileşimli özelliklerden oluşmaktadır. Paylaşılan içerik ise, sosyal medya platformunu kullanan kullanıcı kaynaklı olup sosyal medya platformunda veya sosyal medya platformu hizmetlerine bağlantı aracılığı ile eklenen, oluşturulan, yüklenen, gönderilen, dağıtılan, başka internet sitesi veya hizmetlerine bağlantı ile sağlanan içeriği ifade etmektedir.

Sosyal medya platformları bilginin serbestçe aktığı, bilgiye herkesin ulaştığı ve kişilerin fikirlerini özgürce ifade ettiği ortamlar olarak karşımıza çıksa da; bu hürriyetlerin belli sınırlarının olduğu da bir gerçektir.

Güvenlik sorunları nedeniyle ihlaller sosyal medya hizmet sağlayıcıları, sosyal medya platformunun güvenli olarak kullanımı için yeterli ve gerekli düzeyde güvenlik önlemi aldıklarını sitelerinde ve kullanım koşullarında ifade etseler de en yaygın sosyal medya platformlarının bile hacklenerek kullanıcı bilgilerinin ele geçirildiği veya bu sitelere bilişim teknolojileri aracılığı ile girilerek birçok bilişim suçu işlendiği bilinen bir gerçektir.

Sosyal medya platformlarındaki güvenlik sorunları ya kullanım kurallarına kullanıcılar tarafından uyulmamasından ya da sistemdeki güvenlik açık ve eksikliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu sorunlardan yararlanarak bir kullanıcının kişilik hakkını ihlal edenler ise başka kullanıcılar veya bilişim suçluları gibi kötü niyetli üçüncü kişiler olmaktadır.

Sosyal medya platformlarındaki kişisel önlemlerin alınmasında eksiklikler veya güvenlik açıkları nedeniyle saldırıya uğrayan en önemli kişilik değeri kişisel verilerdir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kişisel verilerinin, profil bilgilerinin ve şifrelerinin başkalarının kolayca ele geçirilebildiği ortamlar olup, bunda sosyal medya platformlarına üyeliğin, başka bir ifadeyle “var olmanın” belli bilgilerin verilmesine dayalı olması kadar, bu platformların kişilerin veri, bilgi ve haberleşmelerinin paylaşıldığı ortamlar olmasının etkisi büyüktür.

Kişisel veri ve bilgiler sosyal medya platformlarında çeşitli hileler, teknik yöntemler veya her ikisi kullanılarak elde edilmektedir. Bu bağlamda, bilişim teknolojileri aracılığı ile kullanıcının haberi bile olmadan platformdaki bilgileri elde edilebileceği gibi, bu şekilde ulaşılamayan bilgileri çeşitli hileli davranışlarla kullanıcının iradesi sakatlanarak bizzat kendisince verildiği de görülebilmektedir.

Sosyal medya platformlarının sahtelerinin oluşturulabildiği günümüzde, bu sahte siteler ile kişilerin bilgi, hesap ve şifreleri kendilerinden istenilmektedir. Kullanıcılar tarafından

platforma giriş yapıldığı düşünülerek verilen bu bilgiler kolayca ele geçirilmektedir. Kullanıcıların hile ile veri ve bilgilerinin elde edildiği diğer bir yöntem ise sosyal medya platformundan kampanya ilanı, ödül, hediye, piyango kazanıldığı vb. şeklindeki mesajlar ile kişisel bilgilerin yer aldığı formların doldurulması veya başvuruların yapılmasının istenilmesi ile elde edilmektedir.

Sosyal medya platformunda kullanıcıların adına açılmış olan sahte hesaplar yaygın olup bu eylemler de kişisel veri ve bilgilerin güvenliğini ihlal etmektedir. Çünkü bu hesaplarda inandırıcılık için kişinin gerçek kimlik bilgileri veya fotoğrafı gibi unsurları kullanılmakta, sahte hesapta kişinin rızası dışı kişisel verileri yayınlanarak kişisel verileri verme veya ele geçirme suçu işlendiği gibi kişilik hakkının korunmasındaki değerler de zarar görmektedir. Bu şekilde verilerin sosyal medya platformunda kullanımı ile kişisel verilerin gizliliği ihlal edildiği gibi, hesap oluşturulurken kişinin rızası dışında adı, soyadı veya fotoğrafı kullanılmış ise ad ve resim üzerindeki kişilik hakkı da ihlal edilmektedir. Yine bu sahte hesap üzerinden kişinin özel fotoğraflarının, videolarının, sırlarının rıza dışı paylaşımı ile özel hayatın gizliliği ihlal edilebilmektedir.

Ünlü sanatçılar, futbolcular, banka gibi kurumlar adına açılan sahte hesaplar, başka kullanıcıların kişisel verilerini elde etmede de kullanılabilir. Bu sahte hesapların gerçek zannedilerek başka kullanıcılar tarafından takip edilmesi ile başlayan süreçte, bankacılık işlemi yapıldığı izlenimi ile şifre veya kişisel bilgilerin girilmesi, ünlü birisiyle tanışma, ödül veya hediye kazanıldığı belirtilerek form doldurulmasının istenerek kullanıcılara ait kişisel veriler, şifreler, banka kayıtları gibi bilgilere ulaşılmakta, son aşamada ise bu veri ve bilgiler ile banka hesaplarının boşaltılması veya kimlik bilgileri kullanarak dolandırıcılık gibi hukuka aykırı eylemler ile menfaat sağlanması söz konusu olmaktadır.

İnternetteki İhlallere Karşı Neler Yapabiliriz?

Böyle saldırılardan korunmak için bu tür hesapların, emin olunmadıkça takip edilmemesi, kimlik bilgilerinin girilmesi veya form doldurulması gibi yapılan yönlendirmelere uyulması gerekir. Eğlence ihtiyacımız, kendimizi geliştirme, sosyal alanda takdir görme, dijital konfora sahip olma ve paylaşma isteğimiz ile mahremiyetimizi koruma gerekliliği arasında bir denge sağlamalıyız. Mahremiyet, düşünce, din özgürlüğü, özel hayata sahip olmak temel haklarımızdandır ve anayasaların koruması altındadır. Bunlar teknolojik gelişmeye kurban edilmemelidir. Bilgi işlem açısından şahsi bilgiler kanun yolu ile izinsiz kullanıma karşı koruma altındadır. Kimse bu verileri ilgili şahsın izni olmaksızın kaydedemez, yayınlamaz veya başkalarına aktaramaz. Bunun tek istisnası, nüfus idaresi veya polis gibi resmî kurumlardır.

Kişisel fotoğraf ve filmlerde “hak sahipliği” geçerlidir. Burada fotoğrafı çekilen kişi hangilerinin yayınlanacağına karar verir. Bunun istisnası kişinin bir insan topluluğu içerisinde yer aldığı veya “yan unsur” olduğu fotoğraflardır.

Aileler, çocukları 12 yaşın altında ise, hukuken sosyal medya paylaşımlarına müdahale edebilir. Birçok hukukçunun görüşüne göre, 12 ile 18 yaş arasında bir çocuğun fotoğraf yayınından kendisi şahsen sorumludur.

Bilgisayarlar anti-virüs programıyla ve güvenlik duvarıyla korunmalıdır. Firewall internetten gelebilecek saldırı ve yetkisiz müdahalelerden korumaktadır. Bunun için kesinlikle kapatılmamalıdır. WLAN-Network’u şifreli bir bağlantı üzerinden güvenceye alınmalıdır. İhtiyaç olmadığında WLAN ve Bluetooth devre dışı bırakılmalıdır.

Kimden geldiği bilinmeyen e-mailler, özellikle de e-mail beraberinde gönderilen dosyalar açılmamalıdır. Her aile bireyinin en az iki farklı e-mail adresinin bulunması faydalı olur.

Bunlardan bir tanesi yakın arkadaş ve akrabalara verilmeli. Diğeri ise başvurular, çevrimiçi alışveriş vs. için kullanılmalıdır.

Bu önlemler, bir anlamda dijital savunma anlamına gelir. Teknik konularda bilgili ve donanımlı olmayı gerektirir. Aileler bu konuda yetersiz kaldığında, çocuklarının da ilgi alanlarının dışında kalacaklardır.

Sosyal medya kullanımında yazılı etik kurallar olmadığı sürece, var olan kanunlar ve ahlak kuralları yeterli olmalıdır. Bu kuralları şöyle sıralayabiliriz:

- Karşımızda bulunanların özel yaşamlarına müdahale edecek davranışlarda bulunmamak.
- Sorularda ve konuşma taleplerinde ısrarcı bir tutum sergilememek.
- Kızdığımız insanlara bunu küfürsüz ve saldırgan bir tutum sergilemeden anlatmak.
- Mesaj aldığınız kişinin espri anlayışından hoşlanmadığınız takdirde bunu eleştirmeden nazik bir dil ile yanıtlamak.
- Size küfürle veya özelinizi ilgilendirecek bir konuya müdahale edildiğinde cevabını daha az kışkırtıcı, sadece kişiye yönelik vermek. Konuyu dinleyenleri rahatsız etmeden, genele duyurmadan cevaplamak.
- Size saldırmaya devam eden kişiye duyarsız kalmak ve belki cevap dahi yazmamak.
- Kızgın olmadığınız veya dikkat çekmek istemediğiniz sürece yazışmalarda büyük harf kullanmamak.
- Liste, haber gruplarına bir mesaj gönderirken, bunu okuyacak kişilerin kimler olduğunu bilerek genel etik kavramlarına uygun cümleler seçmek.
- Gruplara gönderilen mesajların arkasına büyük bir dosya

eklenecekse bunu önceden duyurmak ve sadece isteyenlere göndermek.

- Listelere sadece metin mesajlar göndermeye çalışmak. Çok yer kaplayan mesajları okuyamayacağını düşündüğünüz kişilere fotoğraf, ses ve video görüntüleri göndermemek.

- Mesaj gönderirken konu bölümünü boş bırakmamak.

- Gönderdiğiniz mesajın içeriğini anlatacak özet kelimeler ile tanımlayarak mesaj hakkında bilgi vermek.

- Listelerde satıcısı veya temsilcisi olduğunuz ürün ve hizmetlerin reklamını yapmamak.

- Gönderilen ek dosyaların içinde virüs olup olmadığı önceden taramak.

- Virüslü olduğunu düşündüğünüz dosyalar aldığınızda bunu gönderen kişiyi uyarmak ve virüs varsa bunu duyurma işini o kişiye bırakmak.

- Kişileri genel listelerde yanıtlarken onun değerlerine saldırmadan ve kırıcı olmadan yanıtlamak.

- Gruplara mesaj gönderirken gereksiz tartışma ortamları oluşturmamak ve boş konularla dikkat dağıtmamak.

- Tartışma konusu özelleşmeye başladığında bunu liste dışında devam ettirmek ve liste üyelerini gereksiz yere rahatsız etmemek.

- Tartışma listelerinde sorulan sorulara vermeyi düşündüğünüz yanıtların tüm liste üyelerini ilgilendirip ilgilendirmedini düşünmek. Yanıt özel olacaksa bunu sadece soruyu soran kişiye göndermek.

- Liste kullanımı konusunda hatalı davranışlar sergileyen kişileri uyarmak ve gerekiyorsa bu kişilerin liste yöneticisi tarafından listeden çıkarılmasını sağlamak.

- Eleştirilerde yıkıcı ve sadece eleştirici bir tutum yerine yapıcı ve yol gösterici bir tavır sergilemek.
- İnternet ortamında karşınızdaki kişinin elde ettiğiniz bilgilerini kötü amaçlarla başka yerde kullanmamak. Bu bilgileri çıkar karşılığı satmamak, dağıtmamak.
- İnsanların duygusal zayıflıklarını kullanan mesajların dağılmasına olanak vermemek.

Medya Okuryazarlığı ve Dijital Bilinçlenme

Aileleri, mahremiyetlerini ve özel hayatlarını koruma konusunda bilinçlendirmek uzun ve zor bir süreçtir. Medya okuryazarlığı temasını proje hâlinde değil, sürekli olarak eğitim programımıza almamız bu bağlamda çok büyük önem taşır. Eğitimin ana dilinde olması ve ailelerin kültürel yapılarını tanıyan kişiler tarafından verilmesi de ayrıca faydalı olacaktır.

Akıllı telefon nesli artık küçük yaşta internet kullanıcısı olmaya başladığı için, mutlaka sörf kuralları da olmalıdır. Daha küçük yaşta çocuklar için internette “sörf” yapabilecekleri web sayfalarının sayıca sınırlandırılması gerekir. Tarayıcıda seçilmiş web sayfaları ile doğrudan “pozitif listeler” oluşturabilir. Bunu yaparken sadece çocuğun yaşına ve ilgi alanlarına uygun olan siteler seçilir. Tarayıcıda daha önceden yerleştirilmiş olan arama motoru yerine çocuklara yönelik özel bir arama motoru yerleştirmek de daha doğru olur. Böylelikle çocuklar arama rutinini öğrenirler, ancak zararlı bulgulara temas etmezler. Firefox ve Internet Explorer gibi tarayıcıların kendilerine ait arama motorları birkaç tıklama ile değiştirilebilir. Çocuklara yönelik bir arama motoru olan “Blinde Kuh”, diğer tarayıcılar için küçük bir program bulundurmaktadır.

Sosyal ağ ilişkileri ile ilgili yeni imkânlar ne kadar cazip ve yararlı olursa olsun sorun genç kullanıcıların da sıklıkla

kendileri hakkında pek çok kişisel bilgiyi çekinmeden vermeleridir. Çocukların bir topluluk sitesine kişisel bilgilerini girmeden önce, topluluk servisi sağlayıcısının gençlerin korunması ve kişisel bilgilerin gizliliği konusundaki beyanlarını aileler iyice incelemelidir. Kişisel bilgilerin kullanılması ile ilgili soru ya da kuşkular varsa, site işleticisi ya da veri korumasıyla ilgili mercilerle irtibat kurulmalıdır.

Genel kural olarak şu geçerlidir: Çocuklar ve gençler kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını internete girmekte ne kadar temkinli davranırsa, sosyal ağ ilişkileri o kadar güvenli olur! Bir kere internette yayımlandıktan sonra, bilgi ve görüntüleri artık kontrol etmek ve silmek zordur.

Sanal topluluk sitesinin, çocuğun kendi mahremiyetini koruyabilmesini sağlayan bir teknik fonksiyon içermesine dikkat edilmelidir. Aile içinde çocuğun sanal toplulukla paylaştığı bilgi ve fotoğraflara göz atmak ve ona, bunların herkesin erişimine açık olduğunu ve yıllarca internette dolaşabileceğini anlatmak gerekir.

Fazlasıyla kişisel bilgilerin (örneğin bir mesaj numarası/ adresi, çok özel fotoğraflar vs.) ilgili sitenin herkese açık kısımlarında paylaşılması yanlıştır. Ayrıca güvenlik fonksiyonları, örneğin mahremiyetin korunması ile ilgili olanlar hakkında bilgi alınmalı ve aile içinde bunlar konuşulmalıdır. İçeriklerde yürürlükteki yasaların açıkça ihlali söz konusuysa, sitenin işleticisi bunları kaldırmakla yükümlüdür.

Çocuk, kullanıcı adı ve şifre gibi erişim bilgilerini iyi korumalıdır. İnternet topluluğu içerisinde başka bir kişinin onun profiliyle oturum açması ve örneğin yasalara aykırı içerikler yüklemesi ağır sonuçlara yol açabilir. Çocuk kendisine ait bir fotoğrafı internette görmek istemiyorsa, ilk önce onu oraya yükleyen kişiden bunu kaldırmasını istemelidir. Bu kişi isteğini reddedecek olursa, mutlaka sitenin işleticisiyle irtibat kurul-

malı ve gereken tedbirlerin alınması talep edilmelidir. Bu konularda yargı yolu her zaman açıktır, polise suç ihbarı yapılabilir. Uzman bir avukata başvurmak tercih edilmelidir.

Siber taciz (Cyber Mobbing, Cyber Bullying, E-Mobbing) sosyal ortam tacizi demektir. Modern iletişim araçlarıyla kasıtlı olarak karşı tarafa hakaret, tehdit, teşhir veya rahatsız edilmesidir. Siber taciz internet üzerinde gerçekleşebileceği gibi, cep telefonu yoluyla da olabilir.

Bunu yapan kişi (bu tip kişilere “bully” denir) çoğu durumda kimliğini gizlediğinden tacize uğrayan kişi, saldırıların kimden geldiğini bilemez. Siber tacize kendi dört duvarınızda modern medya araçları sayesinde 24 saat maruz kalabilirsiniz. Siber taciz hem akranlar (örn. arkadaşlar ve sınıf arkadaşları) arasında gerçekleşebileceği gibi, farklı nesilden kişiler (örn. öğrenciler ve öğretmenler) arasında da meydana gelebilir.

Burada yaş ya da dış görünüm bir rol oynamaz, çünkü siber tacizci kendine, genellikle gerçek hayattakinden tamamen farklı olan bir kimlik oluşturabilir. Tacizciyi engellemek ve kendi verilerinizi değiştirmek bir çözümdür. Hoş olmayan mesajların, fotoğrafların ya da çevrimiçi sohbetlerin kopyalarını çıkarmak ve delil olarak saklamak, faili tespit etmekte işe yarayabilir.

Sonuç olarak herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz. Bu hak anayasal güvence altına alınmıştır. İlgili madde şöyledir: “Hiç kimse özel hayatı, ailesi, meskeni veya yazışması hususlarında keyfî karışmalara, şeref ve şöhretine karşı hakaretlere maruz bırakılamaz. Herkesin bu gibi sataşmalara karşı kanun ile korunmaya hakkı vardır.” Sosyal medya kullanırken yetkililerin bizi suç işlediğimizde tespit edebileceğini unutmamalıyız.

Çalıştay Grubu Raporu 4: İnternet Hukuku ve Kişilik Haklarının Korunması

Çalıştay Grubu Moderatörü: Hilal Eren

Çalıştay Grubu Asistanı: Sultan Balkaya

Mahremiyet ve Veri Korunması Hakkında Ebeveynlerin Bilinçlendirilmesi

- Ebeveynleri bilinçlendirmek, özel hayat ve mahremiyet değerini yeniden kazanmak için “Sosyal Medya ve Sosyal Medyanın Olumlu-Olumsuz Etkileri” alt başlıklarıyla aile eğitim seminerleri yapılmalıdır.
- Aile içinde sosyal medya kullanımı hususunda anlaşmalar yapılarak fotoğraf, video, yorum ve canlı yayın paylaşımları sınırlandırılmalıdır. Bu anlaşmalar yazılı yapılarak evin içinde görünür yerlere asılmalıdır.
- Sosyal medya kullanımı hususunda teknik bilgiler ailelere öğretilmelidir. “Ne kadar az bilgi paylaşılsa o kadar iyi!” düsturu benimsenmelidir.
- Aile bireylerine sosyal medya ağlarında ticari suistimallerin olduğu bilinci kazandırılmalıdır.
- Ev bilgisayarında veya cep telefonlarında çocuk koruyucu yazılımlar kullanılmalıdır. Sistem ayarlarında genç ve çocuk koruyucu ayarı (Jugendschutz) aktif hâle getirilmelidir.
- Veliler güncel tekniğe yabancı olmamalı, mutlaka güncel teknik hakkında bilgi sahibi olmalıdır.
- Bilgisayarda sık sık çerez (cookie) temizliği yapılmalı, geçmiş bilgiler silinmelidir.

- Arama motorlarında “web protokolü” deaktive edilmelidir.
- Siber tacize karşı aileler bilinçlendirilmelidir.
- Medya okuryazarlığı birer kurs şeklinde velilere sunulmalıdır.
- Ebeveynlere “internet ehliyeti” verilmelidir, tekniğe yabancılaşmaları önlenmelidir.

Aileler Hangi İnternet Sayfalarından Sağlıklı Bilgi Alabilirler?

Almanya’da “Landesanstalt für Medien“ (LFM) kurumunun belirli bilinçlendirici internet sayfaları bulunmaktadır.

- Çocuk ve gençleri koruyabilmenin yollarını izah eden internet sayfası:

www.jugendschutz.de

- Şikâyet belirtilebilecek internet sayfası:

www.internet-beschwerdestelle.de

- (İnternet) Tüketiciliği ile bilgi aktaran internet sayfası:

www.verbraucherzentrale.de

- Veri koruma hususunda bilgilendiren internet sayfası:

www.bfdi.bund.de

Çocuk ve Gençlerin Sağlıklı İnternet Kullanımı Nasıl Teşvik Edilir?

- Çocuk ve gençlere internet kullanımı ehliyeti verilmelidir.

- Belirli internet sayfalarının kullanılmasını teşvik edilme-
lidir, örneğin: www.clicksave.de
- Çocuklara ve gençlere özel arama motorlarının kullanıl-
ması sağlanmalıdır.
- Yabancı kimselere hiçbir bilgi vermemeleri ve muhatap
olmamaları sağlanmalıdır.
- Sosyal medyada “ayarlar” bölümünde teknik önlemlerin
alınması sağlanmalıdır.
- İslam ahlakı çerçevesinde özel hayat ve mahremiyeti ko-
ruma konusunda manevi eğitim verilmelidir.
- Hem ebeveynlerin hem de çocuk ve gençlerin bilinçli
medya kullanımı için özel eğitim kursları ve seminerler serisi
yapılmalıdır. Medya multiplikatörü eğitimleri bu çalışmalara
dâhil edilmelidir. Bu medya multiplikatörleri teşkilatın her
bölgesinde bulunmalı ve bilinçlendirme çalışmaları başlatıl-
malıdır.

Sonuç

***“Kullan ama kullanılma.
Bağlan ama bağımlı olma!”***

Hayatımızın bir parçası hâline gelmiş olan sosyal medya ile yaşamayı öğrenmemiz ve öğretmemiz gerektiği bu çalışma ile bir kez daha netlik kazanmıştır. Sosyal medyadan soyutlanarak yaşam sürdürülmesi çağımızda mümkün olmadığı gibi “tek çare sosyal medya” gibi bir algının oluşması ve bağımlılıklara mahal verilmesi de düşünülemez.

Yalnızlaştırılan insanın sanal âlemde tekrar sosyalleşme imkânını yakaladığını, yalnızlığından kurtulduğunu zannetmeye başladığı an felaketlere kapı araladığı bir gerçektir. Hızla artan internet kullanımı ise bu risk faktörünü bir hayli yükseltmektedir. Ayrıca internette harcanan zamanın büyük bir kısmının sosyal medyada geçirilmesi bu riskin ciddiye alınması ve acil çözümlerin üretilmesi gerektiğini göstermektedir.

Sosyal medyada her kullanıcı algılar oluşturabilir hatta siber kimliğe bürünebilir, bunlar ise içinde büyük riskler barındırmaktadır. Sosyal medya kullanımında bilinç oluşması için internet kullanma usulünün gözden geçirilmesi ve bir kul lanma adabının oluşturulması gerekmektedir.

Mevcut resmî kurumlarımız, eğitim merkezlerimiz ve temel eğitim mekânları için bu anlamda materyal ve müfredat geliştirilerek, çocuklara yönelik farkındalık çalışmaları başlatılacak ve çocukların otokontrol mekanizmalarını geliştirilmesine yardımcı olunacaktır. Tehlikeler bilinçli bir şekilde ele alınarak sosyal medya kullanımı ile ilgili uygulamalı dersler eklenecektir. Ailelere aile eğitim seminerlerinde ve aile/evliliğe hazırlık okullarımızda “medya okuryazarlığı/bilinçli

medya kullanımı” derslerinin işlenmesi ve bu şekilde ailelerin, eşlerin ve eş adaylarının bilinçlendirilmesi hedeflenmektedir.

Amacımız öncelikle aile ve aile üyelerinin dikkatini çekmek ve medyayı bilinçli kullanmalarını sağlamaktır. “Çocuklardan önce kendinizi eğitin!” düsturunca aile yapısının sağlam olması birçok riski asgariye düşüreceği gibi bağımlılık riskini de önleyecektir.

Aile içinde sağlıklı bir zaman yönetimi ve internet kullanımı için ortak mekânların ve ortak faaliyetlerin belirlenmesi elzemdir. Çocuk ve gençlere her anlamda rol model şahsiyetler gerekmektedir. Ailenin dışından da rol model kişilerin bulunması çocuk ve gençlerin eğitime büyük katkıda bulunacaktır.

Gençlik teşkilatlarımızın düzenlediği Abi/Abla Kardeş projesi bu konuda da önleyici bir çalışmayı teşkil ettiği gibi, sosyal faaliyet olarak sosyal medyaya büyük bir alternatif de sunmaktadır. Aile içinde ve akranlar arasında yapılacak sosyal faaliyetlerin geliştirilmesi için aileleri harekete geçirecek olan ve medya ile ilgili nitelikli bilgiler aktarabilen “medya multiplikatörleri” eğitimi de hedeflerimiz arasında yerini almış bulunmaktadır. Medya multiplikatörlerimiz ile bölgelerde aile, çocuk ve gençlere medya kullanımı hakkında seminerler düzenlenecektir. Bu seminerler bilgilerin aktarılmasını ve içselleştirilmesini sağladığı gibi, sosyal faaliyetleri de teşvik edecektir.

İnsanoğlunun ürettiği teknolojinin ona hâkim olmaması için medya okuryazarlığı birer kurs şeklinde velilere sunulacak, bilinçlendirme çalışmaları ile farkındalık oluşturulacaktır. Velilerin güncel, teknik, doğru bilgi kaynakları ve şikâyet mercileri hakkında bilgi sahibi olmaları hedeflenmektedir. Bu vesile ile hem aile hem de çocuk ve gençlere hayatımızın içinde yeri olan medya kullanımı öğretilerek bilinçli nesillerimizin bilinçli medya kullanımı ile mahremiyetlerini korumaları sağlanmış olacaktır.

Biyografiler

Habip Yazıcı

1968 yılında Artvin'in Yusufeli ilçesinde dünyaya geldi. Babasının memuriyeti nedeniyle ilkokulu üç farklı yerde okudu. Orta ve lise eğitimini Yusufeli İmam Hatip Lisesi'nde; yükseköğrenimini İstanbul Boğaziçi Üniversitesi'nde Tarih ve Uluslararası İlişkiler alanında tamamladı. Marburg Philipps Üniversitesi İslami İlimler bölümünde yüksek lisans eğitimini tamamlayan Yazıcı evli ve biri kız diğeri erkek iki çocuk babasıdır. IGMG Eğitim Başkanlığı'nda Materyal-Müfredat ve İnsan Kaynakları alan sorumlusu olarak hizmet etmekte olan Yazıcı Türkçe, Almanca, İngilizce ve başlangıç düzeyinde Arapça bilmektedir.

Dr. Abdulhalim İnam

1971'de Zonguldak iline bağlı Devrek ilçesinde dünyaya geldi. 1986 yılında hafızlığını tamamladıktan sonra 1993 yılında Devrek İmam-Hatip Lisesi'nden mezun oldu.

2007 yılında Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Din Eğitimi Bilim Dalı'nda yüksek lisans yaptı. 2013 yılında Anadolu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'ni ve Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde doktorasını tamamladı. 2017'den beri ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği Başkanlığını yürütmektedir. Aynı zamanda Karabük Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görevini sürdürmektedir. Evli ve üç çocuk babasıdır.

Meryem Bayrak

1983 yılında Almanya'da doğdu. İlk ve ortaöğrenimini bitirdikten sonra Essen Üniversitesi'nde Pedagoji alanında lisans eğitimini tamamladı. Sosyal Çalışmacı ve Sosyal Pedagoji

alanlarında uzmanlaştı. Sistemik Bireysel, Çift ve Aile Terapisti eğitimi aldı. Bu alanda farklı kurumlarda çalıştı. Rahatlama uzmanlığı, stres yönetimi ve çocuklarda gerginlik yönetimi alanında Alman sağlık sigortalarından akreditasyon sahibidir.

Temmuz 2015 tarihinden beri T.C. Düsseldorf Başkonso-losluğu Aile ve Sosyal Politikalar Ataşeliğinde sosyal hizmet uzmanı olarak görev yapmaktadır. Evli ve iki çocuk annesidir.

Prof. Dr. Kadir Canatan

1960 Nevşehir doğumlu olan Kadir Canatan ilk ve ortaöğ-renimini Türkiye’de tamamladı. Rotterdam Sosyal Hizmetler Okulu’nda Sosyal Hizmet Bölümü’nde lisansını ve Amsterdam Vrije Üniversitesi’nde “Batılı Olmayan Toplumların Sosyolojisi ve Kültürel Antropolojisi” alanında yüksek lisansını tamam-layan Canatan, Rotterdam Erasmus Üniversitesi’nde Sosyal Antropoloji alanında doktorasını tamamladı. 1979 yılından iti-baren yerleştiği Hollanda’nın Rotterdam kentinde, Türkler İçin Danışma Kurulu, Hollanda Müslüman Yayın Vakfı, Hollanda İsl-am Yaşlılar Sendikası adlı kuruluşlarda çalıştı. Kültürel kimlik sorunlarına eğildiği çalışmalarıyla özellikle Avrupa’daki Müs-lümanların kültür hayatına önemli katkılarda bulundu.

2008 yılında Balıkesir Üniversitesi’nde Doçent, 2013 yı-lında İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi’nde Profesör oldu. Kültürel antropoloji, sosyoloji ve sosyal hizmet alanlarında pek çok yayını bulunan Prof. Dr. Kadir Canatan İstanbul Saba-hattin Zaim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi’nde Dekan olarak görev yapmaktadır.

Hilal Eren

1977 yılında Almanya’da doğdu. Köln Üniversitesi’nde hu-kuk eğitimi aldı. 2012 yılında ikinci devlet sınavı ile Hukuk bölümünden mezun oldu. 2012-2014 yılları arasında Kuzey Ren-Vestfalya Aile, Çocuk, Gençlik, Kültür ve Spor Bakanlı-ğ’ında, Avrupa Sosyal Fonu Gençleri Destek Projesi Dairesi’nde,

Mali Destek Hukuku ve Finansal Kontrol Sorumluluğu görevinde bulundu.

2012-2015 yılları arasında Kuzey Ren-Vestfalya Medya Kurumu'nda (LFM) "Medya Okuryazarlığı" konulu Türkçe Aile Eğitim Projesi, Medya Pedagojisi Sertifikası ve LFM Destekli "Anadilinde Veli Toplantıları Dâhilinde Konuşmacı/Eğitmen" olarak görev yaptı. Aachen Belediyesi Uyum Dairesi ve Kùltür-lerarası İletişim Seminerleri dâhilinde eğitimcilik yapan Eren, 2012 yılından beri bir avukat bürosunda Hukuk Danışmanlığı yapan Hilal Eren aynı zamanda 2014'ten beri Almanya İş ve İşçi Bulma Kurumu (Job Center) Hukuk Dairesi'nde Kamu Avukatlığı yapmaktadır.

Aile Çalıştayı

AİLE VE

SOSYAL MEDYA

PROF. DR. KADİR CANATAN

Araştırmacı-Yazar, Sosyolog
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı

YRD. DOÇ. DR. ABDULHALİM İNAM

Karabük Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi
ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği Başkanı

MERYEM BAYRAK

Sosyal Pedagog ve Sistematik Aile Danışmanı
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Düsseldorf

HİLAL EREN

Hukukçu ve Sosyal Medya Eğitmeni ve Multiplikatörü

22 MART 2017

Katılım için ön kayıt şarttır. Kontenjan sınırlıdır.



AİLE VE SOSYAL MEDYA – ÇALIŞTAY GÜNDEMİ

Kayıt ve İkram

Selamlama, Takdim ve Moderasyon

Habip Yazıcı M.A.

IGMG Eğitim Başkanlığı Materyal Müfredat &

İnsan Kaynakları Alan Sorumlusu

Hayatımızın Bir Parçası Olarak Sosyal Medya

Yrd. Doç. Dr. Abdulhalim İnam

ILM Uluslararası Akademisyenler Birliği Başkanı

Sosyal Medyanın Aile Bireyleri Üzerine Etkileri

Meryem Bayrak

Sosyal Pedagog ve Sistematik Aile Danışmanı, T.C. Düsseldorf

Başkonsolosluğu Aile ve Sosyal Politikalar Ataşeliği

İnternet Bağımlılığı ve Önleyici Yöntemler

Prof. Dr. Kadir Canatan

Araştırmacı-Yazar, Sosyolog, İstanbul Sabahattin Zaim

Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı

İnternet Hukuku ve Kişilik Haklarının Korunması

Hilal Eren

Hukukçu, Sosyal Medya Eğitmeni ve Multiplikatör

Grup Çalışmaları

Grup Sözcülerinin Rapor Sunumu

Notlar:



AİLE ÇALIŞTAYI

Çok hızlı bir değişimin yaşandığı çağımızın kendine özgü hususiyetleri vardır. Bunlardan biri de medya alanına eklemelenen ve daha öncesinde olmayan “sosyal medya” fenomenidir. Sosyal medya yazılı ve görsel medyanın tahtını çok hızlı ve etkili şekilde sarsmıştır. Daha da önemlisi, sosyal medya ikili ilişkilerden toplumsal ilişkilere kadar tüm iletişim, ilişki ve alışkanlıkları köklü bir şekilde değiştirmiştir. Artık “sanal” diyerek nitelenen bir dünya ve bu dünyada inşa edilen popüler ve sahte kimlikler mevcuttur.

22.03.2017 - KÖLN

